



เรียน ผู้จัดการ

สถาบันการเงินทุกแห่ง

บริษัทที่ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงิน

บริษัทที่ประกอบธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับที่มีใช้สถาบันการเงิน

ที่ ผค.ว. ๑๖ /2561 เรื่อง นำส่งประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง
การบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market conduct)

การได้รับบริการทางการเงินอย่างเป็นธรรมเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนผู้ให้บริการทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทยจึงให้ความสำคัญและส่งเสริมให้ผู้ให้บริการทางการเงินมีการจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสนับสนุนให้ผู้ให้บริการดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ออกประกาศเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์ให้ผู้ให้บริการยกระดับการบริหารจัดการระบบงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ลูกค้าตั้งแต่ต้นจนจบซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญที่จะทำให้เกิดการให้บริการที่เป็นธรรม โดยมีรายละเอียดตามที่ปรากฏในประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยที่ สกส. 1/2561 เรื่อง การบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market conduct) ลงวันที่ 12 มกราคม 2561 ซึ่งได้ลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับประกาศและงานทั่วไป เล่ม 135 ตอนพิเศษ 21 ง วันที่ 30 มกราคม 2561 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 31 มกราคม 2561 เป็นต้นไป

สาระสำคัญของประกาศฉบับนี้ คือ

1. ให้ผู้ให้บริการยกระดับระบบงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ลูกค้าทั้งหมด 9 ระบบ ได้แก่ (1) คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงผลักดันอย่างเป็นรูปธรรม กำหนดให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร และมีผู้รับผิดชอบชัดเจน (2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องเหมาะสมกับลูกค้า ความสามารถของพนักงานขาย ช่องทางการขาย ระบบงานและการควบคุม และมีเงื่อนไขที่เป็นธรรม (3) การจ่ายค่าตอบแทนและมาตรการลงโทษต้องไม่ผลักดันให้เกิดการขายที่ไม่เหมาะสม (4) กระบวนการขายให้ข้อมูลครบถ้วนชัดเจน ไม่บิดเบือน และไม่รบกวนลูกค้า (5) การสื่อสารและให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับการให้บริการอย่างเป็นธรรมเป็นไปอย่างทั่วถึง (6) การดูแลข้อมูลลูกค้ามีความปลอดภัยและคำนึงถึงความเป็นส่วนตัว (7) การดูแลลูกค้าหลังการขายมีความเป็นธรรม (8) การควบคุม กำกับ และตรวจสอบมีความรัดกุม และ (9) ระบบการปฏิบัติงานและแผนฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ ให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง

2. ให้ผู้ให้บริการเปิดเผยข้อมูลเพื่อให้ลูกค้ามีข้อมูลเพียงพอประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการ โดยต้องเปิดเผย (1) ข้อมูลผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะลักษณะเงื่อนไข และข้อจำกัดสำคัญ (2) ข้อมูลคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ สถิติเรื่องร้องเรียนจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์และลักษณะของปัญหา และข้อมูลการถูกเปรียบเทียบปรับหรือถูกกล่าวโทษอันเนื่องมาจากการปฏิบัติฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามประกาศฉบับนี้

ผค.ว.๑๐-คบ๐๐๐๐๑-2561๐๒๐๖
ผค.ว.๑๑-คบ๐๐๐๐๒-2561๐๒๐๖

คบ 000	วันที่ ๒ ก.พ. 2561
--------	--------------------

3. ธนาคารแห่งประเทศไทยอาจพิจารณาเงื่อนไขเพิ่มเติม ชะลอ หรือระงับการให้บริการบางส่วนหรือทั้งหมด หากผู้ให้บริการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามประกาศฉบับนี้ หรือกรณีอื่น ๆ ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยเห็นว่ากระทบกับความปลอดภัยหรือความผาสุกของประชาชน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและถือปฏิบัติ

ขอแสดงความนับถือ



(นางธัญญนิตย์ นิยมการ)

ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายคุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน
ผู้ว่าการแทน

สิ่งที่ส่งมาด้วย ประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ สกส. 1/2561 เรื่อง การบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market conduct) ลงวันที่ 12 มกราคม 2561

ฝ่ายคุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน

โทรศัพท์ 0 2356 7339, 0 2283 5834

โทรสาร 0 2356 7585



ประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย

ที่ สกส. 1 /2561

เรื่อง การบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market conduct)

1. เหตุผลในการออกประกาศ

ธนาคารแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญและส่งเสริมให้ผู้ให้บริการทางการเงินแก่ประชาชน มีการจัดการด้านการให้บริการลูกค้าอย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม โดยมุ่งหมายให้ (1) ลูกค้าเชื่อมั่นได้ว่า ผู้ให้บริการมุ่งเน้นการให้บริการอย่างเป็นธรรม บริการลูกค้าอย่างจริงใจ ไม่เอาเปรียบ (2) ลูกค้าได้รับคำแนะนำที่เหมาะสมและชัดเจน (3) ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นธรรมทั้งด้านราคาและเงื่อนไข (4) ลูกค้าสามารถใช้บริการได้สะดวกและได้รับการดูแลแก้ไขปัญหาอย่างเหมาะสม และ (5) ผู้ให้บริการช่วยให้ลูกค้า เข้าใจสิทธิและหน้าที่ของตนเอง

อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่ผ่านมา จากการให้บริการทางการเงินที่ซับซ้อนขึ้นของสถาบันการเงิน รวมถึงพัฒนาการด้านเทคโนโลยี และการพึ่งพารายได้ค่าธรรมเนียมมากขึ้น ส่งผลให้การให้บริการทางการเงินของสถาบันการเงินยังมีข้อบกพร่องในหลายด้านและมีการร้องเรียนอย่างต่อเนื่อง ทั้งการเสนอขายที่ไม่เป็นธรรม การบังคับขาย การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่ชัดเจนจนอาจทำให้เกิดความเข้าใจผิด การเสนอขายที่อาจรบกวนสิทธิส่วนบุคคล การกำหนดเงื่อนไข ราคา และข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลลูกค้าโดยที่ลูกค้าไม่ยินยอม

ประกาศฉบับนี้เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการสนับสนุนให้ผู้ให้บริการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน มีการบริหารจัดการที่เหมาะสมเป็นธรรมเพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อความปลอดภัยและความผาสุกของประชาชน และเพื่อประโยชน์ในการกำกับดูแล จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาทั้งในด้าน (1) การกำกับดูแลที่เข้มแข็ง ซึ่งครอบคลุมทั้งการกำหนดกรอบกติกาที่เน้นการยกระดับการบริหารจัดการของผู้ให้บริการเพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการในระยะยาว มีความชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง โดยไม่เป็นการระงับเกินควร เป็นองค์รวม ไม่กระจายอยู่ในหลักเกณฑ์หลายฉบับ และมีอำนาจในการดำเนินการทางกฎหมาย รวมถึงการติดตามนำกรอบกติกาไปบังคับใช้ให้เห็นผล เปิดเผยโปร่งใส ดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานกำกับอื่นอย่างมีประสิทธิภาพ (2) การสนับสนุนให้ผู้ให้บริการตระหนักและให้ความสำคัญต่อการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรมซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้รายได้ของผู้ให้บริการมีการเติบโตอย่างยั่งยืน และ (3) การสนับสนุนให้ผู้ใช้บริการมีข้อมูลทั้งที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้สามารถเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ได้ตรงกับความต้องการและเป็นธรรม และมีช่องทางขอความช่วยเหลือในกรณีประสบปัญหา

การยกระดับการบริหารจัดการตามประกาศฉบับนี้ได้กำหนดหลักการ มาตรฐานขั้นต่ำ รวมถึงตัวอย่างพฤติกรรมที่เป็นแนวทางในการปฏิบัติสำหรับผู้ให้บริการทั้งธนาคารพาณิชย์ บริษัทเงินทุน บริษัทเครดิตฟองซิเอร์ บริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินและผู้ให้บริการที่ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ ครอบคลุมระบบงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ลูกค้าตั้งแต่ต้นจนจบ

สกสพ90-คบ00001:25610112
สกสพ91-คบ00001:25610112

คบ 000 วันที่ 12 ม.ค. 2561

วิสัยทัศน์ เป็นองค์กรที่มองไกล มีหลักการ และร่วมมือ เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีอย่างยั่งยืนของไทย

(end-to-end process) ทั้งหมด 9 ระบบ ได้แก่ (1) คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงผลักดันอย่างเป็นรูปธรรม กำหนดให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร และมีผู้รับผิดชอบชัดเจน (2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องเหมาะสมกับลูกค้า ความสามารถของพนักงานขาย ช่องทางการขาย ระบบงานและการควบคุม และมีเงื่อนไขที่เป็นธรรม (3) การจ่ายค่าตอบแทนและมาตรการลงโทษต้องไม่ผลักดันให้เกิดการขายที่ไม่เหมาะสม (4) กระบวนการขายให้ข้อมูลครบถ้วนชัดเจน ไม่บิดเบือน และไม่รบกวนลูกค้า (5) การสื่อสารและให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับการให้บริการอย่างเป็นธรรมเป็นไปอย่างทั่วถึง (6) การดูแลข้อมูลลูกค้ามีความปลอดภัยและคำนึงถึงความเป็นส่วนตัว (7) การดูแลลูกค้าหลังการขายมีความเป็นธรรม (8) การควบคุม กำกับ และตรวจสอบมีความรัดกุม และ (9) ระบบการปฏิบัติงานและแผนฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ ให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ประกาศกำหนดให้มีการเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์และคุณภาพการให้บริการเพื่อให้ลูกค้ามีข้อมูลและสามารถเลือกใช้บริการได้อย่างเหมาะสม และในกรณีที่ผู้ให้บริการไม่สามารถปฏิบัติตามมาตรฐานขั้นต่ำได้อย่างมีนัยสำคัญ ธนาคารแห่งประเทศไทยสามารถกำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติมให้ผู้ให้บริการปฏิบัติเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อลูกค้าในวงกว้าง ทั้งนี้ ประกาศฉบับนี้ได้กำหนดหลักเกณฑ์ส่วนใหญ่ให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ว่าด้วยแนวทางปฏิบัติในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุนและตราสารหนี้ เพื่อลดภาระแก่ผู้ให้บริการโดยให้สามารถปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ให้สอดคล้องกันสำหรับทุกผลิตภัณฑ์

2. อำนาจตามกฎหมาย

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 มาตรา 36 มาตรา 38 มาตรา 39 มาตรา 40 มาตรา 41 มาตรา 56 มาตรา 58 และมาตรา 71 แห่งพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ. 2551 ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ออกข้อกำหนดเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม สำหรับสถาบันการเงินและบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงิน ตามประกาศฉบับนี้

อาศัยอำนาจตามความในข้อ 5 และข้อ 8 แห่งประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง กิจการที่ต้องขออนุญาตตามข้อ 5 แห่งประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 58 ลงวันที่ 11 พฤศจิกายน 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ออกข้อกำหนดเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงิน ตามประกาศฉบับนี้

อาศัยอำนาจตามความใน ข้อ 5 และข้อ 8 แห่งประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง กิจการที่ต้องขออนุญาตตามข้อ 5 แห่งประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 58 (เรื่อง สิ้นเชื้อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ) ลงวันที่ 9 มิถุนายน 2548 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ออกข้อกำหนดเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสิ้นเชื้อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับที่มีใช้สถาบันการเงิน ตามประกาศฉบับนี้

3. แนวนโยบายและหนังสือเวียนที่ยกเลิก

ให้ยกเลิกแนวนโยบายดังต่อไปนี้

3.1 แนวนโยบาย เรื่อง การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ (banking products) ลงวันที่ 1 ตุลาคม 2556

3.2 แนวนโยบาย เรื่อง การกำกับดูแลการขายผลิตภัณฑ์ด้านหลักทรัพย์และด้านประกันภัย ผ่านธนาคารพาณิชย์ ลงวันที่ 21 พฤศจิกายน 2555

3.3 หนังสือเวียน ที่ ธพท.ผนส.(23) ว. 201/2558 เรื่อง ขอความร่วมมือในการแจ้งข้อมูลให้ผู้ใช้บริการทางการเงินทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการให้บริการ ลงวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2558

3.4 หนังสือเวียน ที่ ธพท.ผนส.(23) ว. 202/2558 เรื่อง ขอความร่วมมือในการแจ้งข้อมูลให้ผู้ใช้บริการทางการเงินทราบกรณีมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการให้บริการ ลงวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2558

4. ขอบเขตการบังคับใช้

ประกาศฉบับนี้ให้ใช้บังคับกับ

4.1 สถาบันการเงินทุกแห่งตามพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ. 2551 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

4.2 บริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยว่าด้วยหลักเกณฑ์การกำกับดูแลกลุ่มธุรกิจทางการเงินและที่เกี่ยวข้องทุกแห่ง โดยไม่รวมถึงธุรกิจสินเชื่อรายย่อยเพื่อการประกอบอาชีพภายใต้การกำกับ ธุรกิจให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) บริษัทบริหารสินทรัพย์ และบริษัทที่ประกอบเฉพาะธุรกิจที่อยู่ภายใต้การกำกับของหน่วยงานกำกับดูแลอื่น เช่น บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บริษัทประกันวินาศภัย บริษัทประกันชีวิต

4.3 ผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงิน ตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง กิจการที่ต้องขออนุญาตตามข้อ 5 แห่งประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 58 ลงวันที่ 11 พฤศจิกายน 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม และมีได้เป็นบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยว่าด้วยหลักเกณฑ์การกำกับดูแลกลุ่มธุรกิจทางการเงินและที่เกี่ยวข้องทุกแห่ง

4.4 ผู้ประกอบธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับที่มีใช้สถาบันการเงิน ตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง กิจการที่ต้องขออนุญาตตามข้อ 5 แห่งประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 58 (เรื่อง สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ) ลงวันที่ 9 มิถุนายน 2548 และที่แก้ไขเพิ่มเติม และมีได้เป็นบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยว่าด้วยหลักเกณฑ์การกำกับดูแลกลุ่มธุรกิจทางการเงินและที่เกี่ยวข้องทุกแห่ง

5. เนื้อหา

5.1 คำจำกัดความ

“สถาบันการเงิน” หมายความว่า ธนาคารพาณิชย์ บริษัทเงินทุน และบริษัทเครดิตฟองซิเอร์ ตามกฎหมายว่าด้วยธุรกิจสถาบันการเงิน

“กลุ่มธุรกิจทางการเงิน” หมายความว่า กลุ่มธุรกิจทางการเงินตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยว่าด้วยหลักเกณฑ์การกำกับดูแลกลุ่มธุรกิจทางการเงินและที่เกี่ยวข้อง

“ผู้ให้บริการ” หมายความว่า สถาบันการเงินและบริษัทดังต่อไปนี้ที่ทำหน้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือเป็นผู้แนะนำหรือผู้ขายผลิตภัณฑ์ ได้แก่

(1) สถาบันการเงิน

(2) บริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงิน โดยไม่รวมถึง ธุรกิจสินเชื่อรายย่อยเพื่อการประกอบอาชีพภายใต้การกำกับ ธุรกิจให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) บริษัทบริหารสินทรัพย์ และบริษัทที่ประกอบเฉพาะธุรกิจที่อยู่ภายใต้การกำกับของหน่วยงานกำกับดูแลอื่น เช่น บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บริษัทประกันวินาศภัย บริษัทประกันชีวิต

(3) ผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงิน ตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง กิจการที่ต้องขออนุญาตตามข้อ 5 แห่งประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 58 ลงวันที่ 11 พฤศจิกายน 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม และมีได้เป็นบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยว่าด้วยหลักเกณฑ์การกำกับดูแลกลุ่มธุรกิจทางการเงินและที่เกี่ยวข้อง

(4) ผู้ประกอบธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับที่มีใช้สถาบันการเงิน ตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง กิจการที่ต้องขออนุญาตตามข้อ 5 แห่งประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 58 (เรื่อง สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ) ลงวันที่ 9 มิถุนายน 2548 และที่แก้ไขเพิ่มเติม และมีได้เป็นบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยว่าด้วยหลักเกณฑ์การกำกับดูแลกลุ่มธุรกิจทางการเงินและที่เกี่ยวข้อง

“ผลิตภัณฑ์” หมายความว่า ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินทุกประเภทที่ผู้ให้บริการเป็นผู้ออก ผู้แนะนำ หรือผู้ขาย ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้การกำกับของหน่วยงานอื่น เช่น ตราสารหนี้ กองทุนรวม ประกันวินาศภัย และประกันชีวิต

“ลูกค้า” หมายความว่า บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลซึ่งใช้ผลิตภัณฑ์อยู่ในปัจจุบันและให้หมายความรวมถึงผู้ติดต่อสอบถามข้อมูลผลิตภัณฑ์ ผู้ที่รับทราบผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และผู้ที่ได้รับการเสนอหรือชักชวนจากผู้ให้บริการเพื่อให้ซื้อผลิตภัณฑ์

“ลูกค้ากลุ่มเปราะบาง” หมายความว่า ลูกค้าซึ่งผู้ให้บริการต้องใช้ความระมัดระวังในการติดต่อและให้บริการเป็นพิเศษ เช่น ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ผู้ที่มีความรู้ทางการเงินอย่างจำกัด หรือไม่มีประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ ผู้ที่มีข้อจำกัดในการสื่อสารหรือตัดสินใจ อาทิ ผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยินหรือการมองเห็น หรือมีภาวะบกพร่องทางสุขภาพ

5.2 หลักการ

หลักการสำคัญของประกาศฉบับนี้ เพื่อมุ่งหมายให้ลูกค้าได้รับบริการอย่างเป็นธรรม เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองผู้บริโภคและเพื่อความปลอดภัยและความผาสุกของประชาชน กล่าวคือ

5.2.1 ลูกค้าเชื่อมั่นได้ว่าผู้ให้บริการมุ่งเน้นการให้บริการอย่างเป็นธรรม บริการลูกค้าอย่างจริงใจและไม่เอาเปรียบ สำหรับผู้ให้บริการที่ให้บริการลูกค้ารายย่อย ควรมีบริการและผลิตภัณฑ์ขั้นพื้นฐานเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างทั่วถึงในราคาที่เหมาะสม

5.2.2 ลูกค้าได้รับคำแนะนำที่ตรงกับความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำความเข้าใจของลูกค้า โดยไม่รบกวนลูกค้า และได้รับข้อมูลที่ชัดเจน ครบถ้วนเพียงพอในการตัดสินใจด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง ทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการขาย รวมถึงสามารถเปรียบเทียบข้อมูลผลิตภัณฑ์หรือบริการระหว่างผู้ให้บริการได้อย่างสะดวก

5.2.3 ลูกค้ำได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นธรรม ทั้งด้านราคาและเงื่อนไข ตรงกับความประสงค์และความสามารถของลูกค้ำ และเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้ำ รวมถึงข้อมูลและสิทธิประโยชน์ของลูกค้ำได้รับการดูแลไม่ให้นำไปใช้ในทางไม่เหมาะสม

5.2.4 ลูกค้ำสามารถดำเนินการต่าง ๆ ภายหลังจากขายได้อย่างสะดวกและได้รับความเป็นธรรม เช่น เปลี่ยนผลิตภัณฑ์และบริการ เปลี่ยนผู้ให้บริการ แจ้งปัญหา ยื่นเรื่องร้องเรียน ได้รับการชดเชยเยียวยา

5.2.5 ลูกค้ำมีความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ ของตนเกี่ยวกับการใช้บริการทางการเงิน โดยผู้ให้บริการมีส่วนสำคัญในการช่วยส่งเสริมความรู้ทางการเงิน

5.3 หลักเกณฑ์

หลักเกณฑ์การบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้ำอย่างเป็นธรรมประกอบด้วย หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการระบบงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ลูกค้ำ 9 ระบบ การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการและผลิตภัณฑ์ และการกำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติม ชะลอ หรือระงับการให้บริการ ทั้งนี้ ในกรณีผู้ให้บริการมอบหมายงานบางส่วนให้ผู้ให้บริการภายนอก (outsourcing) หรือตัวแทนของผู้ให้บริการ (agent) ผู้ให้บริการต้องรับผิดชอบเสมือนเป็นผู้ดำเนินการเอง

5.3.1 การบริหารจัดการระบบงาน ในการให้บริการแก่ลูกค้ำรายย่อยหรือลูกค้ำธุรกิจขนาดเล็กที่มีโอกาสได้รับบริการอย่างไม่เป็นธรรม ผู้ให้บริการต้องมีการบริหารจัดการการให้บริการตามหลักเกณฑ์การบริหารจัดการที่มีมาตรฐานขั้นต่ำใน 9 ระบบ (เอกสารแนบ 1 – 9) สรุปสาระสำคัญและผลลัพธ์ที่คาดหวังได้ดังนี้

(1) **วัฒนธรรมองค์กร และบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง (Corporate culture and roles and responsibilities of board of directors and senior management)** คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของผู้ให้บริการรับผิดชอบการผลักดันการให้บริการที่เป็นธรรมอย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิผล การให้บริการอย่างเป็นธรรมเป็นหัวใจของวัฒนธรรมองค์กร (รายละเอียดในเอกสารแนบ 1)

(2) **การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้ำ (Product development and client segmentation)** ผู้ให้บริการมีผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำความเข้าใจของลูกค้ำเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เหมาะสมกับความสามารถในการขายของพนักงาน และเหมาะสมกับระบบงาน รวมถึงความสามารถในการควบคุมดูแลคุณภาพการขายให้เป็นธรรมกับลูกค้ำ ลูกค้ำได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นธรรมทั้งราคาและเงื่อนไข (รายละเอียดในเอกสารแนบ 2)

(3) **การจ่ายค่าตอบแทน (Remuneration scheme)** ผู้ให้บริการกำหนดค่าตอบแทนและมาตรการลงโทษที่คำนึงถึงคุณภาพการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญสำหรับพนักงานทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ลูกค้ำ รวมถึงผู้บริหารที่มีหน้าที่ควบคุมดูแล เพื่อผลักดันให้เกิดการให้บริการที่เป็นธรรม (รายละเอียดในเอกสารแนบ 3)

(4) **กระบวนการขาย (Sales process)** ลูกค้าได้รับการเสนอขายที่ไม่รบกวน ความเป็นส่วนตัว ได้รับข้อมูลสำคัญครบถ้วน ไม่เกินจริง ไม่บิดเบือน เพียงพอต่อการตัดสินใจด้วยความเข้าใจ ที่ถูกต้อง และเพียงพอต่อการใช้บริการต่อไป ได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสมกับความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำความเข้าใจของลูกค้า (รายละเอียดในเอกสารแนบ 4)

(5) **การสื่อสารและการให้ความรู้แก่พนักงาน (Communication and training)** พนักงานทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ลูกค้า ได้รับการสื่อสารที่ช่วยให้ตระหนัก ถึงความสำคัญของการให้บริการอย่างเป็นธรรม มีความรู้ความสามารถเพียงพอในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อการให้บริการอย่างเป็นธรรมและนำไปปฏิบัติจริง (รายละเอียดในเอกสารแนบ 5)

(6) **การดูแลข้อมูลของลูกค้า (Data privacy)** ข้อมูลของลูกค้าได้รับการดูแล อย่างปลอดภัย มีการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวของลูกค้าและการรักษาความลับ การส่งข้อมูลลูกค้าต่อให้ ผู้อื่นต้องไม่กระทบความเป็นส่วนตัวของลูกค้า (รายละเอียดในเอกสารแนบ 6)

(7) **การแก้ไขปัญหาและการจัดการเรื่องร้องเรียน (Problem and complaint handling)** การแก้ไขปัญหา การจัดการเรื่องร้องเรียน และการชดเชยเยียวยาของผู้ให้บริการ มีความชัดเจน รวดเร็ว เป็นอิสระ มีประสิทธิภาพ และยุติธรรม (รายละเอียดในเอกสารแนบ 7)

(8) **การควบคุม กำกับ และตรวจสอบ (3 Lines of defense)** การบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ลูกค้ามีกระบวนการ ระบบควบคุม และการตรวจสอบการปฏิบัติงาน ที่คำนึงถึงการให้บริการอย่างเป็นธรรมและรัดกุม ตรวจสอบความเสี่ยงและความผิดปกติเพื่อป้องกัน การเกิดความเสียหายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (รายละเอียดในเอกสารแนบ 8)

(9) **การปฏิบัติงานและแผนรองรับการปฏิบัติงาน (Operation and business continuity)** การบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ลูกค้ามีระบบปฏิบัติการ การบริหารความเสี่ยง และแผนรองรับการปฏิบัติงาน ทั้งกรณีปกติและกรณีเหตุฉุกเฉินที่เชื่อมั่นได้ว่า คำสั่งหรือความประสงค์ของลูกค้าได้รับการดำเนินการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา ลูกค้าได้รับ บริการอย่างต่อเนื่องและเป็นธรรม (รายละเอียดในเอกสารแนบ 9)

สำหรับลูกค้ากลุ่มอื่น เช่น ธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ ผู้ให้บริการต้องนำ หลักเกณฑ์ไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับโอกาสที่จะได้รับบริการอย่างไม่เป็นธรรมของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ซึ่งอาจแตกต่างกันตามกลุ่มลูกค้าและผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดนโยบายและกระบวนการภายใน รวมถึงจัดให้ มีการควบคุมการนำไปปฏิบัติ และมีการทบทวนความเหมาะสมอย่างต่อเนื่อง

5.3.2 การเปิดเผยข้อมูล เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองผู้บริโภค และเพื่อความปลอดภัย และความผาสุกของประชาชน ผู้ให้บริการต้องเปิดเผยข้อมูล ดังนี้

(1) **ข้อมูลการถูกเปรียบเทียบปรับหรือถูกกล่าวโทษ** อันเนื่องมาจากการปฏิบัติ ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามประกาศฉบับนี้ ผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงินตามข้อ 4.1 หรือผู้ให้บริการที่เป็น บริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินตามข้อ 4.2 ให้ปฏิบัติ ดังนี้

(1.1) กรณีผู้ให้บริการดังกล่าวถูกเปรียบเทียบปรับโดยคณะกรรมการ เปรียบเทียบหรือถูกกล่าวโทษโดยธนาคารแห่งประเทศไทย ผู้ให้บริการต้องเปิดเผยข้อมูลข้างต้นบนเว็บไซต์

ของผู้ให้บริการภายใน 3 วันทำการนับจากวันที่ธนาคารแห่งประเทศไทยเปิดเผย โดยต้องมีข้อมูลเช่นเดียวกับ ข้อมูลที่ธนาคารแห่งประเทศไทยเปิดเผย และต้องมีจุดเชื่อมโยงจากหน้าเว็บไซต์หลักที่เห็นได้ชัดเจนและ เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย

(1.2) กรณีผู้ให้บริการดังกล่าวถูกเปรียบเทียบปรับหรือถูกดำเนินคดีโดย พนักงานสอบสวนหรือศาล อันเนื่องมาจากธนาคารแห่งประเทศไทยได้ดำเนินการกล่าวโทษตามข้อ 5.3.2 (1.1) ผู้ให้บริการต้องเปิดเผยข้อมูลข้างต้นบนเว็บไซต์ของผู้ให้บริการภายใน 5 วันทำการนับจากวันที่ทราบ ผลการถูกเปรียบเทียบปรับหรือผลการดำเนินคดีของพนักงานสอบสวน ศาลชั้นต้น ศาลอุทธรณ์ ศาลฎีกา แล้วแต่กรณี ด้วยถ้อยคำที่ธนาคารแห่งประเทศไทยให้ความเห็นชอบแล้ว

ทั้งนี้ สำหรับผู้ให้บริการที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตตามข้อ 4.3 หรือ ผู้ให้บริการที่เป็นผู้ประกอบการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับตามข้อ 4.4 ธนาคารแห่งประเทศไทย จะประกาศกำหนดหลักเกณฑ์ให้ผู้ให้บริการดังกล่าวเปิดเผยข้อมูลต่อไป

(2) **ข้อมูลคุณภาพการให้บริการและข้อมูลผลิตภัณฑ์** ให้ผู้ให้บริการเปิดเผย ข้อมูลคุณภาพการให้บริการจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์และลักษณะปัญหาที่จะช่วยให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย และเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะลักษณะ เงื่อนไข และข้อจำกัดสำคัญ เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจและ เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ได้ง่าย ตามแนวทางและรูปแบบที่ธนาคารแห่งประเทศไทยจะกำหนดต่อไป

5.3.3 การกำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติม ขะลอ หรือระงับ ธนาคารแห่งประเทศไทยอาจ พิจารณากำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติม ขะลอ หรือระงับการให้บริการบางส่วนหรือทั้งหมด ในกรณีดังต่อไปนี้

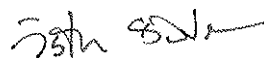
- (1) ผู้ให้บริการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดตามประกาศฉบับนี้
- (2) กรณีอื่น ๆ ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยเห็นว่ากระทบกับความปลอดภัยหรือ ความผาสุกของประชาชน

ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายกำหนดให้อำนาจธนาคารแห่งประเทศไทยดำเนินการในเรื่องดังกล่าว

6. วันเริ่มต้นบังคับใช้

ประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 12 มกราคม 2561



(นายวิโรท สันติประภพ)

ผู้ว่าการ

ธนาคารแห่งประเทศไทย

ฝ่ายคุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน

โทรศัพท์ 0 2356 7339, 0 2283 5834

โทรสาร 0 2356 7585

มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับวัฒนธรรมองค์กร และบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง
(*Corporate culture and roles and responsibilities of board of directors and senior management*)

คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของผู้ให้บริการ
รับผิดชอบการผลักดันการให้บริการที่เป็นธรรมอย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิผล
การให้บริการอย่างเป็นธรรมเป็นหัวใจของวัฒนธรรมองค์กร

- 1.1 กำหนดนโยบายและแผนกลยุทธ์อันแสดงถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญในการสร้างและถ่ายทอดวัฒนธรรมการให้บริการอย่างเป็นธรรมที่ชัดเจน เป็นลายลักษณ์อักษร โดยคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงมีบทบาทและความรับผิดชอบ และคณะกรรมการเป็นผู้อนุมัตินโยบายดังกล่าว พร้อมทั้งมีการสื่อสารและถ่ายทอดวัฒนธรรมการให้บริการอย่างเป็นธรรมให้ทั่วถึงทุกส่วนงานและบุคลากรที่เกี่ยวข้องขององค์กร และมีการนำไปปฏิบัติให้สอดคล้องกันทั้งในระดับองค์กรและหน่วยงานย่อยที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทางการเงินแก่ลูกค้า
- 1.2 กำหนดให้ผู้บริหารในตำแหน่งสูงสุดเป็นผู้รับผิดชอบการให้บริการแก่ลูกค้าให้ได้รับความเป็นธรรมให้เป็นรูปธรรมและมีประสิทธิผล และอาจมอบหมายผู้บริหารหรือคณะทำงานที่มีผู้บริหารที่เป็นประธานคณะทำงาน ในตำแหน่งที่ไม่ต่ำกว่าระดับที่ 3 นับจากตำแหน่งสูงสุดในการรับผิดชอบเรื่องดังกล่าว เพื่อให้สามารถควบคุมดูแลการให้บริการอย่างเป็นธรรมได้อย่างเป็นระบบและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทันทต่อเหตุการณ์ สามารถประเมินภาพรวมและความเสี่ยงของธุรกิจได้ครบถ้วน สามารถวัดผลสำเร็จ วิเคราะห์จุดที่มีปัญหา และแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ
- 1.3 มอบหมายผู้รับผิดชอบหรือหน่วยงานในการทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการปฏิบัติงานหรือการประสานงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรมภายในแต่ละระบบ โดยระบุหน้าที่ ความรับผิดชอบ และผู้ควบคุม อย่างชัดเจน รวมถึงมีการแบ่งแยกหน่วยงานซึ่งเอื้อต่อการสอบทานการถ่วงดุลอำนาจในการปฏิบัติงาน มีความเป็นอิสระ และไม่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานหรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 1.4 มีบุคลากรที่มีความพร้อม ทั้งด้านจำนวนและคุณภาพ โดยต้องสอดคล้องกับปริมาณธุรกิจและการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีคุณภาพ รวมทั้งมีผู้รับผิดชอบดูแล ควบคุม ติดตามการปฏิบัติงาน และพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรอย่างต่อเนื่องและทันการณ์
- 1.5 สื่อสารให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนและผู้ที่เกี่ยวข้องภายนอกได้ทราบและตระหนักถึงความเอาใจจริงเอาใจของผู้ให้บริการในเรื่องการให้บริการอย่างเป็นธรรม ซึ่งในบางแห่งอาจต้องปรับกระบวนการคิดของผู้ปฏิบัติงาน ดังนั้น คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงจึงต้องแสดงความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะให้บริการอย่างเป็นธรรม (commitment) และเป็นแบบอย่างของความเอาใจจริงเอาใจ รวมทั้งผู้ที่ทำหน้าที่ด้านการควบคุมภายใน การกำกับปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ และการตรวจสอบการปฏิบัติงานต้องสำรวจพัฒนาการและความสำเร็จจากการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการด้านการให้บริการอย่างเป็นธรรม

1.6 คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงมีการติดตามและควบคุมดูแลภาพรวมของการดำเนินธุรกิจ ให้เป็นไปตามแนวทางการให้บริการอย่างเป็นธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจัดให้มีการรายงานเรื่องดังกล่าว เป็นระยะ หรืออาจติดตามได้จากแนวโน้มของเรื่องร้องเรียน ผลการสำรวจความพึงพอใจและความเห็น ของลูกค้า ผลจากการตรวจสอบแบบไม่แสดงตน (mystery shopping) และรายงานการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ (compliance report)

**มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้า
(Product development and client segmentation)**

**ผู้ให้บริการมีผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน
และความสามารถในการทำความเข้าใจของลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่ม
เหมาะสมกับความสามารถในการขายของพนักงาน และเหมาะสมกับระบบงาน
รวมถึงความสามารถในการควบคุมดูแลคุณภาพการขายให้เป็นธรรมกับลูกค้า
ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นธรรมทั้งราคาและเงื่อนไข**

2.1 มีกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือคัดเลือกผลิตภัณฑ์สำหรับการพิจารณานำผลิตภัณฑ์มาขาย โดยคำนึงถึงการบริหารจัดการเพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้าและพัฒนาหรือคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม และมีคุณภาพ โดยอย่างน้อยต้องพิจารณาในเรื่องต่อไปนี้

2.1.1 ความเหมาะสมกับความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำความเข้าใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความประสงค์ที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะหรือเงื่อนไขเช่นนี้หรือไม่ มีความสามารถที่จะเข้าใจผลิตภัณฑ์นี้หรือไม่ หรือมีความสามารถทางการเงินที่จะรับภาระหรือรับความเสี่ยงจากการใช้ผลิตภัณฑ์นี้หรือไม่ เช่น ไม่ขายผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อน เช่น Unit-linked แก่กลุ่มลูกค้าทั้งในวงกว้างหรือลูกค้าเปราะบางที่ไม่สามารถเข้าใจผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ทั้งนี้ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต้องสามารถเข้าใจและเปรียบเทียบเงื่อนไขและมูลค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการได้โดยง่าย

2.1.2 ความเหมาะสมของเงื่อนไขและสิทธิประโยชน์ ราคา ค่าธรรมเนียม โดยต้องกำหนดอย่างเป็นธรรม คำนึงถึงต้นทุนที่แท้จริง ไม่เอาเปรียบลูกค้า ไม่รวมกับผู้ให้บริการอื่นในการกำหนดราคา ลักษณะ และเงื่อนไขที่ทำให้ลูกค้าเสียประโยชน์ โดยเฉพาะการร่วมกันกำหนดดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมที่ไม่สะท้อนต้นทุนที่แท้จริง ทั้งนี้ ลูกค้าต้องสามารถประเมินและเปรียบเทียบเงื่อนไขและมูลค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการได้โดยง่าย

ทั้งนี้ ผู้ให้บริการต้องไม่บังคับขายผลิตภัณฑ์ในลักษณะพ่วงผลิตภัณฑ์หนึ่งกับอีกผลิตภัณฑ์หนึ่ง เว้นแต่กรณีที่ขายผลิตภัณฑ์นั้นโดยมีจุดประสงค์เพื่อป้องกันความเสี่ยงสำหรับผลิตภัณฑ์หลักอย่างมีนัยสำคัญ เช่น ขายประกันอัคคีภัยร่วมกับสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ขายประกันภัยรถยนต์ร่วมกับสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ รวมถึงไม่ส่งมอบผลิตภัณฑ์โดยไม่ได้รับการร้องขอจากลูกค้าก่อน เช่น ออกบัตรเครดิตหรือให้สินเชื่อส่วนบุคคลโดยที่ลูกค้าไม่ได้ร้องขอ สำหรับการขายผลิตภัณฑ์บางประเภทกับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น การให้เช่าตู้നിរภัย ผู้ให้บริการต้องกำหนดเงื่อนไขและราคาให้เหมาะสมและเปิดเผยให้ชัดเจน เช่น บนเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ

นอกจากนี้ ผู้ให้บริการที่เน้นให้บริการแก่ลูกค้ารายย่อย ควรมีบริการและผลิตภัณฑ์ขั้นพื้นฐาน เพื่อส่งเสริมกลุ่มลูกค้าที่ควรได้รับความช่วยเหลือ เช่น ผู้สูงอายุ ผู้พิการ หรือผู้มีรายได้น้อย ให้สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างทั่วถึงในราคาที่เหมาะสม ตามแนวทางที่ธนาคารแห่งประเทศไทยจะกำหนดต่อไป

2.1.3 ความเหมาะสมกับช่องทางการขาย เช่น ผ่านสาขา หรือช่องทางอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะ การเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนที่ต้องมีการสื่อสารอย่างชัดเจนและด้วยความระมัดระวัง เพื่อให้ มั่นใจว่าลูกค้าได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอในการตัดสินใจ

2.1.4 ความสามารถในการทำความเข้าใจผลิตภัณฑ์และความสามารถในการให้ข้อมูลและ คำแนะนำของพนักงานขาย

ตัวอย่าง หากพนักงานขายส่วนใหญ่ยังไม่สามารถเข้าใจผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อน เช่น Unit-linked หรือไม่สามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้อย่างชัดเจน ผู้ให้บริการต้องกำหนดให้เสนอขายผลิตภัณฑ์ ดังกล่าวเฉพาะสาขาที่พนักงานขายมีความพร้อม ไม่เสนอขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในทุกสาขา เพื่อ ป้องกันไม่ให้เกิดการขายที่ไม่เป็นธรรม

2.1.5 แนวทางและแผนการจัดการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์และวิธีปฏิบัติงานเพื่อให้พนักงานขายหรือ ช่องทางการขายที่มีอยู่สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้องครบถ้วน

2.1.6 ระบบงาน กระบวนการขาย และการควบคุม กำกับ ตรวจสอบ (3 lines of defense) ที่สามารถรองรับการขายผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ

2.1.7 สาเหตุของปัญหาของผลิตภัณฑ์และการให้บริการในอดีต เพื่อให้มีการปรับปรุงและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

2.2 ในการพัฒนาหรือคัดเลือกผลิตภัณฑ์ต้องมีผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมพิจารณาด้วย โดยมีข้อมูลประกอบ การพิจารณาที่ครบถ้วน มีการบันทึกการหารือ และอนุมัติโดยผู้บริหารที่รับผิดชอบ

ตัวอย่าง ผู้ที่เกี่ยวข้องควรประกอบด้วย ผู้ที่รับผิดชอบด้านกฎหมาย ด้านการควบคุมภายใน ด้านบริหาร ความเสี่ยง ด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ด้านการตรวจสอบภายใน ด้านปฏิบัติการ และด้านการขาย

2.3 ในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ผู้ให้บริการไม่ได้เป็นผู้พัฒนาเองมาขาย ต้องทำการวิเคราะห์รายละเอียดของ ผลิตภัณฑ์ (product due diligence) โดยประเมินลักษณะ เงื่อนไข และความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ด้วยความ เข้าใจอย่างถ่องแท้ ทั้งนี้ หากผู้ให้บริการเห็นว่าข้อมูลไม่เพียงพอที่จะวิเคราะห์รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ผู้ให้บริการต้องปฏิเสธการขายผลิตภัณฑ์นั้น

2.4 มีวิธีจัดกลุ่มหรือจำแนกผลิตภัณฑ์ตามความซับซ้อน ความเสี่ยง หรือปัจจัยอื่นใด รวมถึงมีวิธีการจัดกลุ่ม หรือจำแนกลูกค้า เพื่อให้สามารถกำหนดกลุ่มลูกค้าที่เหมาะสมและไม่เหมาะสม วิธีการขาย การสื่อสาร ให้ความรู้แก่พนักงาน และการควบคุมและสอบทานการปฏิบัติงานในการขายที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

2.5 มีมาตรการป้องกันไม่ให้มีการให้บริการหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ขัดต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง หรือ การดำเนินธุรกิจที่มีความเสี่ยงหรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์

2.6 มีแนวทางที่เป็นธรรมในการดูแลแก้ไขปัญหาหรือชดเชยเยียวยาความเสียหายของลูกค้าจากการใช้ ผลิตภัณฑ์

**มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับการจ่ายค่าตอบแทน
(Remuneration scheme)**

**ผู้ให้บริการกำหนดค่าตอบแทนและมาตรการลงโทษที่คำนึงถึงคุณภาพการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญ
สำหรับพนักงานทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ลูกค้า รวมถึงผู้บริหารที่มีหน้าที่
ควบคุมดูแล เพื่อผลักดันให้เกิดการให้บริการที่เป็นธรรม**

3.1 กำหนดโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทน ทั้งค่าตอบแทนด้านเป้าหมายรายบุคคลหรือรายกลุ่ม (key performance index – KPI) และเงินรางวัลจูงใจ รวมทั้งมาตรการตักเตือนและลงโทษ สำหรับพนักงานในทุกระบบการบริหารจัดการการให้บริการอย่างเป็นธรรม รวมถึงผู้บริหารที่มีหน้าที่ควบคุมดูแล มีการบังคับใช้อย่างเคร่งครัด และดำเนินการลงโทษให้เหมาะสมกับระดับความผิด

3.2 การกำหนดโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทน มาตรการตักเตือนและลงโทษ ต้องคำนึงถึงหลักการการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ได้รับผิดชอบเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ ข้อกำหนดและเงื่อนไขของผลิตภัณฑ์ และเอกสารประกอบการขาย ควรได้รับค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับความถูกต้อง ชัดเจน เป็นธรรม ของเงื่อนไขและเอกสารประกอบการขายดังกล่าว ในขณะที่ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการเสนอขายรวมถึงผู้ที่มีหน้าที่ควบคุมคุณภาพการเสนอขาย ต้องได้รับค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับคุณภาพการให้บริการในฐานะมีอาชีพ (non-sales KPI) มิใช่คำนึงถึงแต่ยอดขาย (sales KPI) เพียงอย่างเดียว หรือกำหนด KPI ด้านการขายที่ให้น้ำหนักกับเป้าหมายผลิตภัณฑ์บางประเภทสูงเกินไป (product-focused approach) จนนำไปสู่การเสนอขายหรือการให้คำแนะนำที่ขาดคุณภาพและขาดความรับผิดชอบต่อลูกค้า (mis-selling) ได้

ตัวอย่าง ผู้ให้บริการอาจกำหนดให้มีหน่วยงานอิสระเพื่อสอบสวนและประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงานขายและหัวหน้างานที่รับผิดชอบด้านการขาย โดยมีกระบวนการในการให้คะแนนหรือจัดอันดับ (grading) คุณภาพการให้บริการของพนักงานขาย ซึ่งจะนำมาเป็นปัจจัยหนึ่งในการคิดค่าตอบแทนให้แก่พนักงานขาย โดยหน่วยงานอิสระดังกล่าวสามารถดำเนินการได้ด้วยวิธีการสุ่มสอบสวนจากหลักฐานหรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขายผลิตภัณฑ์ และการสอบถามข้อมูลจากลูกค้าภายหลังการขาย และตัวแปรดังกล่าวพิจารณาจากกรณีบ่งชี้ถึงความผิดพลาดในการเสนอขายผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่ไม่เหมาะสมซึ่งส่งผลกระทบต่อประโยชน์ของลูกค้า เช่น พนักงานขายรวบรวมข้อมูลลูกค้าไม่ครบถ้วน ให้คำแนะนำที่ไม่เหมาะสมกับลูกค้า ไม่สามารถอธิบายหรือให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อย่างเพียงพอ มีประวัติการปฏิบัติงานที่ไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์

3.3 ประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดจากโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทน และจากการใช้มาตรการตักเตือนและลงโทษ อย่างต่อเนื่อง (on-going) โดยคำนึงถึงข้อมูลปัญหาการให้บริการทางการเงินของลูกค้าจากแหล่งต่าง ๆ ด้วย เช่น ความเสี่ยงที่จะเกิดการเร่งขาย การให้ข้อมูลหรือคำเตือนไม่ครบถ้วน การขายผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมให้แก่ลูกค้า พนักงานขายที่ไม่มีความรู้และคุณสมบัติที่เหมาะสมให้คำแนะนำ

หรือเสนอขายผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า ทั้งนี้ ผู้ให้บริการต้องกำหนดมาตรการหรือมีเครื่องมือเพื่อป้องกันและจัดการความเสี่ยงดังกล่าว และปรับปรุงมาตรการหรือเครื่องมืออย่างทันเวลาที่โดยเฉพาะในกรณีที่พบปัญหาที่มีนัยสำคัญ

**มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับกระบวนการขาย
(Sales process)**

**ลูกค้าได้รับการเสนอขายที่ไม่รบกวนความเป็นส่วนตัว
ได้รับข้อมูลสำคัญครบถ้วน ไม่เกินจริง ไม่บิดเบือน
เพียงพอต่อการตัดสินใจด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง และเพียงพอต่อการใช้บริการต่อไป
ได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสมกับความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน
และความสามารถในการทำความเข้าใจของลูกค้า**

4.1 กระบวนการเตรียมความพร้อมเพื่อการขายและให้บริการ

4.1.1 ความพร้อมของระบบงานในกระบวนการขาย

(1) กำหนดวิธีปฏิบัติในกระบวนการขายอย่างครบถ้วน ชัดเจน และเหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์และช่องทางการขาย โดยจัดเตรียมคู่มือที่ให้พนักงานขายสามารถเข้าใจบทบาทและหน้าที่ที่ตนควรปฏิบัติให้เป็นไปอย่างถูกต้องและเหมาะสม รวมถึงมีวิธีการนำเสนอที่เหมาะสมกับลักษณะของลูกค้าแต่ละประเภท และตอบสนองต่อความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำ ความเข้าใจของลูกค้า ทั้งนี้ ผู้ให้บริการต้องหมั่นตรวจทานวิธีปฏิบัติในกระบวนการขายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น มีการประชุมระหว่างผู้จัดการสาขากับพนักงานขายเพื่อแลกเปลี่ยนข้อสังเกตที่พบและนำมาปรับปรุงการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการขายให้ดียิ่งขึ้น

(2) มีระบบและเครื่องมือที่ช่วยให้กระบวนการขายมีประสิทธิภาพ เช่น อุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ระบบงานโปรแกรมคอมพิวเตอร์ แบบฟอร์มและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการขาย ระบบช่วยเหลือและให้คำแนะนำแก่พนักงานขาย (help desk) โดยมีการตรวจสอบประสิทธิภาพการทำงานของระบบและปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

(3) จำกัดขอบเขตการปฏิบัติงานของพนักงานขายให้ชัดเจน โดยทำความเข้าใจกับพนักงานขายทุกคนที่ปฏิบัติหน้าที่ ณ จุดขายและให้บริการ เกี่ยวกับหน้าที่ที่ทำได้และทำไม่ได้ และในกรณีที่ผู้ให้บริการต้องการให้บริการแก่ลูกค้า แต่ไม่มีพนักงานขายที่มีความรู้ความสามารถเพียงพอและสอดคล้องกับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขาย ณ จุดขายและให้บริการ ให้มีระบบสนับสนุนอื่นที่เพียงพอที่จะมั่นใจได้ว่าลูกค้าจะได้รับบริการครบถ้วน ถูกต้อง และเป็นธรรม

(4) จัดลักษณะการเสนอขายที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถแยกได้อย่างชัดเจนระหว่างผลิตภัณฑ์หลักของผู้ให้บริการกับผลิตภัณฑ์อื่น เพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าไม่สับสนและเข้าใจผิดในการซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น เข้าใจว่าการซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตเป็นการฝากเงิน

ตัวอย่าง การเสนอขายเงินฝากและผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนหรือผลิตภัณฑ์ประกันภัย ผู้ให้บริการอาจมีการแยกพื้นที่ขาย มีป้ายที่โต๊ะ แสดงสัญลักษณ์ จัดทำเอกสารและวิธีการขายหรืออธิบาย หรือมีกระบวนการอื่นเพิ่มเติม

(5) มีระบบ เครื่องมือ และกระบวนการที่ทำให้มั่นใจว่าการเสนอขายไม่รบกวนความเป็นส่วนตัวของลูกค้า การได้มาของข้อมูลลูกค้าถูกกฎหมายและเป็นไปตามนโยบายภายในของผู้ให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเสนอขายในลักษณะพบกันต่อหน้า (face to face) และทางโทรศัพท์ (tele-sale)

ตัวอย่าง ผู้ให้บริการมีการกำหนดช่วงเวลาและจำนวนครั้งในการติดต่อเสนอขายทางโทรศัพท์ มีแนวปฏิบัติชัดเจนเมื่อลูกค้าไม่สนใจ มีการลงทะเบียนพบการขายที่รับรู้ว่าลูกค้าหรือ บังคับขาย มีระบบรายชื่อผู้ห้ามติดต่อ (do not call list) สำหรับลูกค้าที่ไม่ประสงค์ให้ติดต่ออีก และมีการปรับปรุงรายชื่อดังกล่าวให้เป็นปัจจุบันอยู่ตลอดเวลา มีการจัดทำเว็บไซต์หรืออีเมล เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และให้ลูกค้าที่มีความสนใจแจ้งหมายเลขโทรศัพท์เพื่อให้ผู้ให้บริการติดต่อกลับมาเสนอขายได้

(6) ในการติดต่อลูกค้ารายใหม่ ข้อมูลที่ใช้ในการติดต่อต้องได้มาอย่างถูกกฎหมายและเป็นไปตามนโยบายภายในของผู้ให้บริการ โดยกรณีที่ลูกค้าสอบถามแหล่งที่มาของข้อมูล ผู้ให้บริการมีหน้าที่ชี้แจงแหล่งที่มาของข้อมูลที่ลูกค้าได้ให้ความยินยอมไว้อย่างชัดเจนและรวดเร็ว เช่น ทันทีหรือไม่เกิน 3 วัน และไม่ก่อภาระเพิ่มเติมต่อลูกค้า เช่น ไม่แจ้งให้ลูกค้าติดต่อศูนย์ประสานงานบริการ (call center) เพื่อสอบถามเอง

(7) ในการเสนอขายที่ผู้ให้บริการเป็นผู้ติดต่อไปยังลูกค้า เช่น tele-sale อีเมล ข้อความสั้น ซึ่งส่งผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (SMS) จะต้องแจ้งลูกค้าอย่างชัดเจนทุกครั้งว่าลูกค้ามีสิทธิเลือกที่จะไม่รับการติดต่อจากผู้ให้บริการ และต้องแจ้งช่องทางในการยกเลิกการติดต่อแก่ลูกค้าด้วย กรณีที่ลูกค้าเลือกไม่รับการติดต่อจากผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการต้องดำเนินการเพื่อไม่ให้เกิดการติดต่อลูกค้าให้เสร็จสิ้นโดยเร็ว เช่น ภายใน 24 ชั่วโมง หลังจากที่ได้รับแจ้ง ทั้งนี้ หากมีเหตุอันสมควรที่ไม่สามารถดำเนินการได้ทันที ต้องดำเนินการเพื่อไม่ให้เกิดการติดต่อลูกค้าโดยไม่ชักช้า เช่น ภายใน 7 วัน และต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นโดยเร็ว นับแต่วันที่ได้รับแจ้งจากลูกค้า

ตัวอย่าง กรณีการเสนอขายผ่าน tele-sale ต้องกำหนดให้พนักงานขายแจ้งให้ลูกค้าเลือกที่จะไม่รับการติดต่อเป็นส่วนหนึ่งของบทสนทนา กรณีที่ผู้ให้บริการมีกำหนดระยะเวลาของเงื่อนไขการไม่ให้ติดต่อ ต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบและมีทางเลือกให้ลูกค้าเลือกไม่ให้ติดต่อตลอดไปด้วย

(8) ในกรณีที่ผู้ให้บริการติดต่อลูกค้าเพื่อเสนอขายทางโทรศัพท์ ต้องมีระบบงานที่สามารถตรวจสอบชื่อพนักงานที่ติดต่อลูกค้า หมายเลขโทรศัพท์ที่ใช้ติดต่อ และชื่อลูกค้าที่มีการติดต่อ เพื่อให้ตรวจสอบได้ว่าข้อมูลลูกค้าที่ใช้ในการติดต่อเป็นข้อมูลที่ได้มาอย่างถูกกฎหมายและเป็นไปตามนโยบายภายในของผู้ให้บริการ และเพื่อใช้อ้างอิงกรณีการติดต่อลูกค้าดังกล่าวเกิดปัญหาการให้บริการหรือร้องเรียน

(9) มีระบบและกระบวนการในการตรวจสอบคุณภาพการขายในทุกช่องทางเพื่อให้มั่นใจว่าการเสนอขายไม่บังคับ ไม่หลอก ไม่รบกวน เปิดเผยมุ่งใส เช่น อาจโทรศัพท์เสนอขายโดยมีระบบบันทึกเสียง การสนทนา มีการโทรศัพท์เพื่อตรวจสอบคุณภาพการให้บริการ (call back หรือ welcome call)

4.1.2 การคัดเลือกพนักงานขาย

(1) คัดเลือกพนักงานขายที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขายและมีความรู้ความสามารถเพียงพอและสอดคล้องกับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขาย โดยการสรรหาและคัดเลือกพนักงานขายพิจารณาจากคุณสมบัติด้านการศึกษา องค์กรความรู้ การอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง และทักษะในการขาย

(2) มีกระบวนการที่มั่นใจได้ว่า พนักงานขายที่ได้คัดเลือกนั้นมีความรู้ความสามารถในการอธิบายผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงหรือซับซ้อนกว่าทั่วไปซึ่งยากแก่การอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจ ซึ่งอาจมีกระบวนการคัดกรองพนักงานขายเพิ่มเติมตามความเหมาะสม เช่น อาจกำหนดให้มีพนักงานขายสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนเป็นการเฉพาะ โดยพิจารณาจากประสบการณ์การขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงหรือซับซ้อนกว่าทั่วไป ความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน ความสามารถในการเรียนรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงหรือซับซ้อนกว่าทั่วไป ความสามารถด้านทักษะการสื่อสาร ทักษะการนำเสนอ และมีใจรักในการบริการ (service mind)

(3) กรณีที่ผู้ให้บริการมีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่อยู่ภายใต้หน่วยงานกำกับดูแลอื่น เช่น กองทุนรวม ตราสารหนี้ ประกันชีวิต หรือประกันวินาศภัย ต้องมีวิธีสื่อสารให้ลูกค้าทราบว่า พนักงานขายที่ลูกค้าติดต่อสอบถามและขอคำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นพนักงานขายที่ได้รับการแต่งตั้งให้ขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวหรือไม่ เช่น จัดทำเป็นป้ายรายชื่อพนักงานขายแบบติดผนัง ณ จุดขายและให้บริการที่เป็นข้อมูลปัจจุบัน ป้ายตั้งโต๊ะหรือป้ายติดเสื้อพนักงานขาย เพื่อให้ลูกค้าสังเกตเห็นได้ชัดเจน และพนักงานขายควรแสดงตนหรือสื่อสารให้ลูกค้าทราบขอบเขตของผลิตภัณฑ์ที่ตนสามารถขายและให้บริการด้วย

ตัวอย่าง กรณีผู้ให้บริการกำหนดให้ นาย ก. ทำหน้าที่ในการขายและให้บริการผลิตภัณฑ์ที่ไม่มี ความซับซ้อนหรือผลิตภัณฑ์หลักของผู้ให้บริการ หากในระหว่างการขายและให้บริการนั้น ลูกค้ามีความประสงค์จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนหรือผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้หน่วยงานกำกับดูแลอื่น ซึ่ง นาย ก. ไม่สามารถให้บริการได้ นาย ก. ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบ และผู้ให้บริการควรจัดให้มีพนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนหรือผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้หน่วยงานกำกับดูแลอื่นมาให้บริการลูกค้าแทน

4.1.3 การจัดให้มีเครื่องมือที่ช่วยอธิบายลักษณะของผลิตภัณฑ์

มีเครื่องมือที่ช่วยให้พนักงานขายสามารถอธิบายข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้รับทราบและเข้าใจง่ายขึ้น โดยต้องแสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่นำเสนออย่างครบถ้วนทั้งเงื่อนไข สิทธิประโยชน์ และข้อควรระวัง มีความถูกต้อง ชัดเจน ไม่เกินจริง ไม่บิดเบือน และเพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น เอกสารข้อมูลสำคัญของผลิตภัณฑ์ (sales sheet) สื่อโฆษณา และในกรณีผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงหรือซับซ้อนกว่าทั่วไป ผู้ให้บริการอาจพิจารณาให้มีสื่อเพิ่มเติมเพื่อช่วยอธิบาย โดยในกรณีที่ขายผ่านช่องทางที่พนักงานไม่สามารถอธิบายได้ต่อกับลูกค้าได้โดยตรง เช่น การขายผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ให้ทดแทนด้วยลักษณะการแสดงข้อมูลอื่นที่ช่วยให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าได้รับการอธิบายที่เพียงพอ

4.2 กระบวนการในการขายและให้บริการ

มีกระบวนการขายและให้บริการตามความเหมาะสม โดยผู้ให้บริการสามารถกำหนดให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจและเหมาะกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท โดยคำนึงถึงเรื่องดังต่อไปนี้

4.2.1 การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ลูกค้า

ก่อนนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า ผู้ให้บริการจะต้องจัดให้มีกระบวนการดังนี้

การจัดกลุ่มลูกค้าและการทำความเข้าใจลูกค้า

(1) กำหนดวิธีการจัดประเภทลูกค้า เช่น ลูกค้ารายย่อยที่เป็นลูกค้ากลุ่มเปราะบาง เพื่อให้สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับประเภทลูกค้า รวมทั้งมีการให้ข้อมูลและการแจ้งเตือนข้อควรระวังต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละประเภท

(2) มีวิธีปฏิบัติงาน และระบบการสอบถามข้อมูลและทำความเข้าใจกับลูกค้าที่จะทำให้มั่นใจว่าผู้ให้บริการรู้จักตัวตนของลูกค้า เพื่อให้ทราบความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำความเข้าใจ รวมทั้งสามารถให้คำแนะนำและนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนป้องกันไม่ให้เกิดการเข้าไปมีส่วนร่วมในการกระทำผิดกฎหมายหรือข้อโต้แย้งในภายหลัง

(3) หากผู้ให้บริการได้รับข้อมูลของลูกค้าไม่เพียงพอหรือพบว่าข้อมูลมีลักษณะน่าสงสัยทำให้ไม่สามารถระบุตัวตนที่แท้จริงของลูกค้าได้ ผู้ให้บริการต้องปฏิเสธการให้บริการแก่ลูกค้ารายดังกล่าว

(4) ในการเสนอขาย พนักงานขายต้องไม่สรุปเองว่า ผลิตภัณฑ์หนึ่งผลิตภัณฑ์ใดเหมาะสมกับลูกค้าทุกรายในกลุ่มประเภทเดียวกัน โดยต้องคำนึงถึงคุณสมบัติและข้อมูลของลูกค้าแต่ละรายและพิจารณาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านอายุ ประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน เป้าหมายและข้อจำกัดทางการเงิน ซึ่งอาจทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นไม่เหมาะสมกับลูกค้าเฉพาะราย และอาจทำให้เกิดการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมได้

การมีระบบตรวจสอบข้อมูลของลูกค้า

มีระบบตรวจสอบเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าเป็นผู้ให้ข้อมูลด้วยตนเอง รวมทั้งเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งหมดต้องลงนามโดยลูกค้าหรือผู้ที่มีอำนาจลงนามแทนลูกค้าเท่านั้น และหมั่นทบทวนและปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน

4.2.2 การนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์

(1) มีระบบที่มั่นใจว่าลูกค้าได้รับการนำเสนอทางเลือกผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าสนใจและความแตกต่างที่สำคัญ ได้รับทั้งการอธิบายและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่นำเสนออย่างครบถ้วนทั้งเงื่อนไข สิทธิประโยชน์และข้อควรระวัง (ข้อมูลขึ้นต่ำตามเอกสารแนบ 4.1) มีความถูกต้อง ชัดเจน ไม่เกินจริง ไม่บิดเบือน เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเน้นให้ความสำคัญกับเงื่อนไขและข้อควรระวังที่สำคัญ โดยเฉพาะความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์หลักของผู้ให้บริการกับผลิตภัณฑ์อื่น เช่น ลักษณะและผู้ออกผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันระหว่างผลิตภัณฑ์เงินฝากกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนและผลิตภัณฑ์ประกันภัย และมีการซื้อผลิตภัณฑ์พ่วงเป็นเงื่อนไขในการให้ใช้

ผลิตภัณฑ์ที่ยื่นคำขอหรือไม่ โดยลูกค้าต้องมีสิทธิในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หลักหรือผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์หลัก และผลิตภัณฑ์พวงแยกจากกันได้

ทั้งนี้ ผู้ให้บริการต้องมีกระบวนการเพื่อให้สามารถตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ได้ เช่น อาจให้พนักงานที่เป็นผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ลงนามยืนยันในเอกสารประกอบการขาย ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่า ลูกค้าได้รับการเสนอขายที่ไม่หลอก ไม่บังคับ ไม่รบกวน เปิดเผยโปร่งใส

ตัวอย่าง การนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ ผู้ให้บริการต้องไม่ปฏิบัติในประเด็นดังต่อไปนี้

- ห้ามให้ข้อมูลว่าผลิตภัณฑ์เป็นของ “ฟรี” ของ “แถม” หรือ “ไม่มีค่าใช้จ่าย” หากในความเป็นจริงมีค่าใช้จ่ายหรือมีการกำหนดเงื่อนไขที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่ฟรี ไม่ได้เป็นของแถม หรือมีค่าใช้จ่ายในภายหลัง
- ห้ามให้ข้อมูลว่าผลิตภัณฑ์ ซึ่งรวมถึงของกำนัลเพื่อส่งเสริมการขาย มีขายหรือให้บริการ ในระยะเวลาจำกัด หรือมีจำนวนจำกัด โดยที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง เพื่อโน้มน้าวให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อทันที
- ห้ามกระตุ้นหรือเร่งรัดการตัดสินใจของลูกค้าด้วยวิธีใด ๆ เพื่อให้สามารถขายผลิตภัณฑ์ได้ เช่น กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ให้รางวัล ของขวัญ หรือจ่ายคืนค่าซื้อ ให้แก่ลูกค้าเกินสมควร
- ห้ามให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่รับประกันเงินต้นว่าเป็นผลิตภัณฑ์เงินฝาก
- ห้ามทำให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังในผลตอบแทนที่สูงกว่าความเป็นจริง
- ห้ามทำให้ลูกค้าเข้าใจผิดว่าจะให้ของกำนัล หรือประโยชน์อื่นใดที่ไม่เป็นความจริง

(2) มีวิธีปฏิบัติงานเพิ่มเติมในกรณีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงหรือซับซ้อนกว่าทั่วไป โดยต้องทำความเข้าใจกับลูกค้าว่า ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไม่สามารถขายให้ได้โดยที่ลูกค้าไม่ได้รับคำแนะนำและอาจต้องมีขั้นตอนพิเศษ โดยให้พนักงานขายอธิบาย เน้นย้ำ และเตือนลูกค้าถึงเงื่อนไขสำคัญ ความเสี่ยง หรือความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ที่มากกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป

(3) กรณีการขายและให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น การให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (internet banking) หรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ (mobile banking) ผู้ให้บริการต้องกำหนดวิธีการหรือรูปแบบการขายและให้บริการให้เหมาะสมกับการขายผ่านช่องทางดังกล่าว โดยมีวิธีการนำเสนอ ระบบควบคุม และระบบสอบถามเพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าจะได้รับข้อมูล คำแนะนำ และบริการครบถ้วนถูกต้อง

กรณีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนกว่าผลิตภัณฑ์พื้นฐานหรือมีลักษณะพิเศษ ซึ่งยากแก่การอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจผ่านช่องทางดิจิทัล ผู้ให้บริการต้องจัดให้มีวิธีการเพิ่มเติมเพื่อให้ลูกค้ารับทราบลักษณะและเงื่อนไขสำคัญของผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจซื้อเป็นครั้งแรก เพื่อให้ข้อมูลที่เพียงพอต่อการทำความเข้าใจและตัดสินใจเลือกซื้อของลูกค้า

ตัวอย่าง วิธีการเพิ่มเติมสำหรับการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น อาจจัดให้มีเว็บไซต์ หรืออาจใช้ช่องทางการขายอื่นที่ทำให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับพนักงานขายได้ เช่น โทรศัพท์ VDO conference

(4) กรณีเสนอขายและให้บริการแก่ลูกค้ากลุ่มเปราะบางที่ต้องได้รับความคุ้มครองมากกว่าปกติ ผู้ให้บริการต้องมีวิธีปฏิบัติที่ใช้ความระมัดระวังในการติดต่อและเสนอขายผลิตภัณฑ์เป็นพิเศษ และให้ความสำคัญกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มนี้ โดยกำหนดขั้นตอนการขายที่ให้ความสำคัญกับการทำความรู้จักลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำความเข้าใจ รวมทั้งสามารถให้ข้อมูลและคำเตือนที่เพียงพอและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมได้ หรืออาจพิจารณาเพิ่มกระบวนการให้มีความรัดกุมยิ่งขึ้น

ตัวอย่าง อาจกำหนดให้มีญาติมาร่วมฟังรายละเอียดในระหว่างเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนแก่ผู้สูงอายุ และให้มีผู้จัดการสาขาหรือหัวหน้าส่วนงานเป็นผู้ตรวจสอบการให้บริการของพนักงานขายว่าธุรกรรมที่เกิดขึ้นมีความเหมาะสมหรือไม่ มีระบบติดตามคุณภาพการเสนอขายลูกค้ากลุ่มเปราะบางทุกราย

(5) มอบหลักฐานในการทำธุรกรรมแก่ลูกค้าทุกครั้ง โดยผู้ให้บริการสามารถให้สิทธิลูกค้าปฏิเสธไม่รับหลักฐานได้

4.2.3 การให้ข้อมูลหลังการขาย (post-sale)

(1) ผู้ให้บริการต้องแจ้งลูกค้าทุกครั้งเกี่ยวกับรายการใช้ผลิตภัณฑ์ที่จะต้องชำระหรือจะมีการเรียกเก็บเพื่อให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนถึงวันครบกำหนดชำระ และมีระยะเวลาที่เพียงพอให้ลูกค้าตรวจสอบและโต้แย้งรายการดังกล่าว โดยแจกแจงรายละเอียดรายการที่จะต้องชำระหรือจะมีการเรียกเก็บให้ลูกค้าทราบ เช่น ค่างวด ยอดหนี้คงเหลือ ดอกเบี้ย เบี้ยปรับผิดนัดชำระ ค่าธรรมเนียมการทวงถามหนี้ ค่าเบี้ยประกันภัย ค่าธรรมเนียมรายปี ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการต่ออายุผลิตภัณฑ์

กรณีผู้ให้บริการกำหนดแนวปฏิบัติสำหรับสินเชื่อบางประเภทที่ไม่ต้องมีการแจ้งลูกค้าล่วงหน้าทุกครั้งที่จะต้องชำระค่างวด ผู้ให้บริการต้องมีกระบวนการที่มั่นใจว่าลูกค้าได้ทราบและเข้าใจในเงื่อนไขของการชำระและหน้าที่ของผู้ใช้บริการครบถ้วนแล้ว และหากจะมีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายอื่นที่ไม่ใช่ค่างวด เช่น เบี้ยประกันภัย ต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าอย่างชัดเจนรวมถึงผลของการไม่จ่ายชำระด้วย

ในการแจ้งลูกค้าเกี่ยวกับรายการที่จะต้องชำระหรือเรียกเก็บที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สินเชื่อหรือที่มีลักษณะคล้ายสินเชื่อ ให้มีการเตือนลูกค้าถึงผลของการผิดนัดชำระหรือการชำระเพียงบางส่วนเพื่อให้ลูกค้ามีข้อมูลครบถ้วนประกอบการทำธุรกรรม

(2) มอบหลักฐานการชำระเงินให้แก่ลูกค้าทุกครั้ง โดยแจกแจงรายละเอียดรายการที่ลูกค้าได้ชำระให้ลูกค้าทราบ

(3) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการของลูกค้า ต้องมีการสื่อสารหรือแจ้งข้อมูลอันเป็นสาระสำคัญของการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าในระยะเวลาที่เพียงพอ เช่น 30 วัน

กรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงส่งผลให้ลูกค้าเสียประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการเพิ่มค่าบริการที่ลูกค้าต้องจ่ายเป็นประจำเพื่อให้สามารถใช้บริการได้อย่างต่อเนื่อง การเปลี่ยนแปลงที่ทำให้ลูกค้าเกิดภาระหรือความเสี่ยงเพิ่มเติม เช่น การเพิ่มวงเงินบัตรเครดิต รวมถึงการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการย้ายผลิตภัณฑ์หรือผู้ให้บริการที่ทำให้ลูกค้ามีอุปสรรคเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เช่น การขึ้นค่าปรับ การไถ่ถอนสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยก่อนกำหนด ผู้ให้บริการต้องได้รับความยินยอมจากลูกค้าก่อน โดยหากไม่ได้รับการปฏิเสธจากลูกค้าในระยะเวลาที่กำหนด ให้ถือว่าลูกค้ายอมรับการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขตามที่ผู้ให้บริการได้แจ้งไป (opt out) ยกเว้นกรณีที่อาจเกิดความเสียหายอย่างมีนัยสำคัญแก่ผู้ให้บริการหรือกรณีที่ธนาคารแห่งประเทศไทยจะกำหนดต่อไป ผู้ให้บริการสามารถแจ้งการเปลี่ยนแปลงให้ลูกค้าทราบภายหลังได้ภายในระยะเวลาที่เหมาะสม ทั้งนี้ การได้รับความยินยอมจากลูกค้าไม่รวมกรณีความยินยอมภายใต้สัญญาใช้ผลิตภัณฑ์ซึ่งเข้าข่ายสัญญาไม่เป็นธรรม

(4) มีระบบงานและแนวปฏิบัติที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขายและให้บริการลูกค้า ซึ่งรวมถึงกฎหมายว่าด้วยการทวงถามหนี้

ข้อมูลขั้นต่ำของผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ผู้ให้บริการต้องเปิดเผยแก่ลูกค้า

ผู้ให้บริการต้องเปิดเผย อธิบาย และมอบข้อมูลดังต่อไปนี้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ระหว่างการเสนอขายแก่ลูกค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ หรืออยู่ระหว่างการใช้บริการ

ตารางที่ 1: ข้อมูลขั้นต่ำของผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝากและบัตรเดบิต

ผลิตภัณฑ์เงินฝากและบัตรเดบิต		
เงินฝากธรรมดา (เช่น ออมทรัพย์ ฝากประจำ)	เงินฝากซับซ้อน (เช่น step-up ฝากประจำปลอดภาษี)	บัตรเดบิต
<ol style="list-style-type: none"> ชื่อผลิตภัณฑ์ อัตราดอกเบี้ยต่อปี จำนวนเงินเปิดบัญชีขั้นต่ำ ระยะเวลาฝาก (สำหรับเงินฝากประจำ) อัตราดอกเบี้ยกรณีผิดเงื่อนไขการฝาก (สำหรับเงินฝากประจำ) ค่าธรรมเนียม การต่ออายุบัญชี เมื่อครบกำหนดระยะเวลาการฝาก (สำหรับเงินฝากประจำ) ช่องทางในการติดต่อผู้ให้บริการ ข้อควรระวัง (เช่น การทำธุรกรรมข้ามเขตข้ามผู้ให้บริการ อาจมีค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม) การแจ้งเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการให้บริการ หรือการแจ้งเตือนที่สำคัญต่าง ๆ 	<p>ข้อมูลทั่วไป</p> <ol style="list-style-type: none"> ชื่อผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ ระยะเวลาฝาก จำนวนเงินเปิดบัญชีขั้นต่ำและสูงสุด ยอดเงินฝาก (เฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ยอดเงินฝากมีผลทำให้อัตราดอกเบี้ยเปลี่ยนแปลง) อัตราดอกเบี้ยต่อปี ตารางอัตราดอกเบี้ย (เฉพาะผลิตภัณฑ์ที่อัตราดอกเบี้ยมีมากกว่า 1 แบบ) ตัวอย่างการคำนวณดอกเบี้ย (เฉพาะกรณีที่มีการคำนวณดอกเบี้ยซับซ้อน) ระยะเวลาจ่ายดอกเบี้ย เงื่อนไขหลัก (เงื่อนไขที่ลูกค้าต้องทำ มิฉะนั้นจะกระทบการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือเงื่อนไขที่ลูกค้าต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม) เงื่อนไขการฝาก/ถอน/โอน สิทธิประโยชน์และเงื่อนไขอื่น อัตราดอกเบี้ยกรณีผิดเงื่อนไขการฝาก ค่าธรรมเนียม การต่ออายุบัญชี เมื่อครบกำหนดระยะเวลาการฝาก ช่องทางในการติดต่อผู้ให้บริการ ข้อควรระวัง (เช่น การทำธุรกรรมข้ามเขตข้ามผู้ให้บริการ อาจมีค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม) การแจ้งเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการให้บริการ หรือการแจ้งเตือนที่สำคัญต่าง ๆ <p>ข้อมูลกรณีมีประกันภัย</p> <ol style="list-style-type: none"> ประเภทของการประกันภัย 	<p>ข้อมูลทั่วไป</p> <ol style="list-style-type: none"> ชื่อผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ วงเงินสูงสุด โดยต้องมีการอธิบายว่าลูกค้าสามารถรับเพิ่มวงเงินได้ไม่เกินวงเงินสูงสุด และปรับลดวงเงินได้ เงื่อนไขหลัก (เงื่อนไขที่ลูกค้าต้องทำ มิฉะนั้นจะกระทบการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือเงื่อนไขที่ลูกค้าต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม) เงื่อนไขการฝาก/ถอน/โอน สิทธิประโยชน์และเงื่อนไขอื่น ค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าธรรมเนียมรายปี ค่าธรรมเนียมออกบัตรใหม่ ค่าธรรมเนียมการขอรหัสใหม่ ค่าบริการการใช้จ่ายที่เป็นสกุลเงินต่างประเทศ ความรับผิดชอบของเจ้าของบัตรกรณีบัตรหาย ข้อควรระวัง (เช่น บัตรหายให้รีบอายัด การทำธุรกรรมข้ามเขตข้ามผู้ให้บริการ อาจมีค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม) ช่องทางในการติดต่อผู้ให้บริการ การแจ้งเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการให้บริการ หรือการแจ้งเตือนที่สำคัญต่าง ๆ <p>ข้อมูลกรณีมีประกันภัย</p> <ol style="list-style-type: none"> ประเภทของการประกันภัย ชื่อบริษัทประกันภัย

ผลิตภัณฑ์เงินฝากและบัตรเดบิต		
เงินฝากธรรมดา (เช่น ออมทรัพย์ ฝากประจำ)	เงินฝากซับซ้อน (เช่น step-up ฝากประจำปลอดภาษี)	บัตรเดบิต
	19. ชื่อบริษัทประกันภัย 20. วงเงินที่คุ้มครองประกันภัย 21. เงื่อนไขความคุ้มครองประกันภัย (เฉพาะที่สำคัญ) 22. ช่องทางการติดต่อผู้ออกผลิตภัณฑ์	17. วงเงินที่คุ้มครองประกันภัย 18. เงื่อนไขความคุ้มครองประกันภัย (เฉพาะที่สำคัญ) 19. ช่องทางการติดต่อผู้ออกผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 2: ข้อมูลขั้นต่ำของผลิตภัณฑ์สินเชื่อ

สินเชื่อที่มีหลักประกัน (เช่น สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เช่าซื้อ)	สินเชื่อที่ไม่มีหลักประกัน (เช่น บัตรเครดิต สินเชื่อส่วนบุคคล)
1. ผู้ออกผลิตภัณฑ์ 2. ชื่อผลิตภัณฑ์ 3. วงเงิน (Loan to value) 4. ระยะเวลาการผ่อนชำระ 5. ประเภทของการผ่อนชำระ 6. หลักการผ่อนชำระแบบลดต้นลดดอก 7. อัตราดอกเบี้ย 8. อัตราดอกเบี้ยหรือเบี้ยปรับกรณีผิดนัดชำระ 9. ค่าบริการต่าง ๆ เช่น ค่าติดตามทวงถามหนี้ 10. เงื่อนไขการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องทำตามมิฉะนั้นจะกระทบต่อการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ 11. ประกันภัยประเภทที่ลูกค้าที่จำเป็นต้องทำและที่สามารถเลือกทำได้ 12. ข้อควรระวังในเรื่องสำคัญ เช่น ค่าปรับที่จะเกิดขึ้นกรณีผิดนัดชำระหรือชำระบางส่วน การทำประกันภัยบางประเภทไม่มีผลต่อการอนุมัติสินเชื่อ 13. การแจ้งให้ชำระหนี้หรือค่าธรรมเนียมต่าง ๆ 14. การแจ้งได้รับชำระเงินจากลูกค้า เช่น ให้ใบเสร็จรับเงิน 15. การแจ้งเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการให้บริการ หรือการแจ้งเตือนที่สำคัญต่าง ๆ	1. ผู้ออกผลิตภัณฑ์ 2. ชื่อผลิตภัณฑ์ 3. อัตราดอกเบี้ย 4. อัตราดอกเบี้ยหรือเบี้ยปรับกรณีผิดนัดชำระ 5. ค่าบริการต่าง ๆ เช่น ค่าธรรมเนียมการชำระเงิน ค่าธรรมเนียมการขอใบแจ้งยอดบัญชี ค่าติดตามทวงถามหนี้ 6. ข้อควรระวังในเรื่องสำคัญ เช่น ค่าปรับที่จะเกิดขึ้นกรณีผิดนัดชำระหรือชำระบางส่วน สิ่งที่ถูกค่าต้องปฏิบัติตามเมื่อบัตรเครดิตหรือบัตรกดเงินสดหาย 7. การแจ้งให้ชำระหนี้หรือค่าธรรมเนียมต่าง ๆ 8. การแจ้งได้รับชำระเงินจากลูกค้า เช่น ให้ใบเสร็จรับเงิน 9. การแจ้งเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการให้บริการ หรือการแจ้งเตือนที่สำคัญต่าง ๆ

ทั้งนี้ ให้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทยที่เกี่ยวข้องสำหรับการเปิดเผยข้อมูลอัตราดอกเบี้ย ค่าบริการต่าง ๆ และเบี้ยปรับด้วย

มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับการสื่อสารและการให้ความรู้แก่พนักงาน
(Communication and training)

พนักงานทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ลูกค้า
ได้รับการสื่อสารที่ช่วยให้ตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการอย่างเป็นธรรม
มีความรู้ความสามารถเพียงพอในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อการให้บริการอย่างเป็นธรรม
และนำไปปฏิบัติจริง

5.1 การสื่อสารกับพนักงาน

5.1.1 กำหนดให้มีฝ่ายงานที่ทำหน้าที่และรับผิดชอบการสื่อสารและการให้ความรู้แก่พนักงาน โดยมีหน้าที่กำหนดหัวข้อเรื่อง เนื้อหา รูปแบบ วิธีการสื่อสาร และวิธีวัดผลสำเร็จของการสื่อสาร รวมทั้ง กำหนดช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม ควบคุมติดตามให้ได้รับการพัฒนาตามแผน

5.1.2 เนื้อหาที่ใช้สื่อสารกับพนักงานมีความครบถ้วนถูกต้อง ชัดเจน นำไปปฏิบัติได้โดยง่าย ปรับปรุง ให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ โดยครอบคลุมเรื่องการให้บริการอย่างเป็นธรรม และสอดคล้องกับหน้าที่ของพนักงาน ที่เกี่ยวข้องกับระบบการบริหารจัดการเพื่อการให้บริการอย่างเป็นธรรมแต่ละระบบ เช่น เนื้อหาที่กล่าวถึง เจตนารมณ์ของหลักเกณฑ์ควบคุมกับวิธีปฏิบัติและปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อให้พนักงานมีความเข้าใจอย่างแท้จริง และเห็นความสำคัญที่จะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ดังกล่าว

5.1.3 มีระบบและเครื่องมือที่ช่วยให้การสื่อสารกับพนักงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้ ช่องทางและรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับเรื่อง เนื้อหา อุปกรณ์ และพฤติกรรมกรับสื่อของพนักงาน เพื่อให้การสื่อสารได้ผลจริง

5.1.4 มีการวัดผลสำเร็จของการสื่อสารและการให้ความรู้ เพื่อนำผลทั้งหมดมาวิเคราะห์ปรับปรุง เนื้อหาและวิธีการสื่อสารต่อไป และมีการทบทวนความรู้อย่างต่อเนื่อง

ตัวอย่าง การวัดผลสำเร็จของการสื่อสารและการให้ความรู้ เช่น สอบทานความเข้าใจของพนักงานชาย ทดสอบการขายจริง ทำการตรวจสอบแบบไม่แสดงตน (mystery shopping) การจัดพบปะ หารื้อระหว่างฝ่ายงานที่ทำหน้าที่สื่อสารกับพนักงาน

5.1.5 มีกลไกการสื่อสารถึงพนักงานที่ไม่ได้ทำหน้าที่ให้บริการแก่ลูกค้าโดยตรงให้ทราบขอบเขตหน้าที่ ของตนเองว่าสามารถทำหน้าที่ขายและให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้หรือไม่ เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่บุคลากร ดังกล่าวอาจปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนด หรือมีการปฏิบัติงานเกินขอบเขตหน้าที่ของตนเอง โดยไม่ทราบหรือไม่เข้าใจถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง ซึ่งอาจทำให้เกิดความเสียหายแก่ลูกค้า เช่น ผู้ที่มีหน้าที่ในการดำเนินงานด้านเอกสารของฝ่ายขายมาช่วยอธิบายผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า

5.2 การฝึกอบรมแก่พนักงานขาย

5.2.1 จัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานขายเพื่อเติมเต็มจุดอ่อนด้านความรู้หรือทักษะที่จำเป็นของพนักงานขาย เพื่อให้การขายมีความเป็นธรรมชาติมากขึ้น เช่น เน้นย้ำทั้งการอธิบายข้อดี ผลประโยชน์ เจาะลึกข้อจำกัด ข้อควรระวังที่ลูกค้าอาจเสียประโยชน์ และสิทธิที่ลูกค้าพึงมี โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานขายที่เสนอขายและให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงหรือซับซ้อนกว่าทั่วไป เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำได้อย่างมีคุณภาพและนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้เหมาะสมกับลูกค้า ทั้งนี้ เนื้อหาอย่างน้อยควรประกอบด้วยความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องตรงกับข้อมูลที่ได้รับผิดชอบด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริษัทผู้ออกผลิตภัณฑ์จัดให้ รวมทั้งสอดคล้องกับความเห็นหรือข้อสังเกตในขั้นตอนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์นี้ไม่เหมาะสมที่จะเสนอขายให้แก่ลูกค้ากลุ่มใด รวมถึงจัดอบรมเพื่อให้พนักงานขายมีความรู้และทักษะในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้า และวิธีปฏิบัติงานในฐานะผู้มิวชีวาซีฟและมีจรรยาบรรณ

5.2.2 จัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานขายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่ ๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงหรือซับซ้อนกว่าทั่วไป โดยผู้ให้บริการดูแลให้พนักงานขายเข้ารับการอบรมอย่างครบถ้วน และไม่ให้ผู้ที่ไม่ได้เข้ารับการอบรมสามารถขายผลิตภัณฑ์นั้นได้ รวมทั้งดูแลว่า ผู้พัฒนาหรือผู้ออกผลิตภัณฑ์ได้ให้ข้อมูลและเอกสารประกอบการขายอย่างครบถ้วนเพียงพอ ทั้งนี้ ควรสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดอบรมให้แก่พนักงานขายด้วย

5.2.3 ฝึกวิธีปฏิบัติงานให้พนักงานขายได้ใช้ภาษาที่ลูกค้าจะเข้าใจได้ง่ายและอาจจัดทำบทสนทนาสำหรับการอธิบายในเรื่องที่ยาก โดยเฉพาะการอธิบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงหรือซับซ้อนกว่าทั่วไป รวมถึงฝึกปฏิบัติวิธีการบันทึกเพื่อเก็บหลักฐานการให้คำแนะนำและการนำเสนอผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า

5.2.4 ควบคุมดูแลความถูกต้อง ความเพียงพอ และความเหมาะสมของเนื้อหาในการจัดอบรม ในกรณีที่ผู้ให้บริการให้บุคคลอื่นจัดอบรมให้แก่พนักงานขาย

5.2.5 มีการวัดผลการฝึกอบรม เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานขายได้รับความรู้และมีความเข้าใจในเรื่องที่อบรม และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งเพื่อให้สามารถปรับปรุงการจัดอบรมให้ดียิ่งขึ้นในครั้งต่อไป

ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ให้บริการมีสาขาหลายแห่ง เช่น ธนาคารพาณิชย์ อาจพิจารณาจัดอบรมให้ความรู้ผ่านช่องทางดิจิทัลได้ เช่น การสัมมนาผ่านเว็บไซต์ (Webinars) หรือ ผ่านระบบวิดีโอ (video conference) เพื่อให้การถ่ายทอดความรู้ ข้อมูลและเนื้อหาการอบรม เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยอาจจัดให้มีช่องทางในการตอบประเด็นข้อซักถามของผู้เข้ารับการอบรม หรืออาจให้มีพนักงานขายที่มีคุณภาพดี (champion) กระจายอยู่ตามกลุ่มสาขาต่าง ๆ เพื่อให้คำปรึกษาและสอนงานอย่างใกล้ชิดและทั่วถึงยิ่งขึ้น

มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับการดูแลข้อมูลของลูกค้า
(Data privacy)

ข้อมูลของลูกค้าได้รับการดูแลอย่างปลอดภัย
มีการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวของลูกค้าและการรักษาความลับ
การส่งข้อมูลลูกค้าต่อให้ผู้อื่นต้องไม่กระทบความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

6.1 การดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า

6.1.1 มีนโยบาย วิธีปฏิบัติ และระบบงานการดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแผนธุรกิจ และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและธุรกิจ โดยคำนึงถึงประเด็นดังต่อไปนี้

(1) อำนาจหน้าที่ของพนักงานแต่ละระดับที่เอื้อต่อการดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า โดยสอดคล้องกับหลักการควบคุม กำกับและตรวจสอบ (3 lines of defense)

(2) การออกแบบ พัฒนา และทดสอบระบบงานให้มีความมั่นคงปลอดภัย มีความยืดหยุ่น และมีการบำรุงรักษาสม่ำเสมอ

(3) การรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล โดยมีการจัดชั้นความลับของข้อมูล เก็บรักษา และทำลายข้อมูลให้เหมาะสมกับชั้นความลับ มีการบริหารจัดการการเข้ารหัสข้อมูลที่เชื่อถือได้และเป็นมาตรฐานสากล

(4) การรักษาความมั่นคงของระบบงานเพื่อให้มั่นใจว่าระบบงานมีความปลอดภัยพร้อมใช้งาน

(5) การควบคุมการเข้าถึงระบบงาน การบริหารจัดการสิทธิของพนักงานให้เป็นปัจจุบัน โดยเฉพาะเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งหรือการจ้างงาน ตลอดจนมีการติดตามตรวจสอบการเข้าถึงระบบงานอย่างจริงจังสม่ำเสมอเพื่อตรวจจับความผิดปกติของการเข้าถึงข้อมูลและสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันทั่วๆไป รวมถึงรายงานผลการตรวจจับต่อผู้บริหาร เช่น กำหนดมาตรการเพื่อควบคุมและป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล โดยแบ่งแยกหน่วยงานเป็นสัดส่วนตามหลัก Chinese wall และจัดเก็บและกำหนดการเข้าถึงข้อมูลเท่าที่จำเป็น (need to know basis) กำหนดแนวทางในการกำกับดูแลและตรวจสอบพนักงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลภายในซึ่งอาจถูกนำไปใช้อย่างไม่เหมาะสม

(6) ควบคุมดูแลและบริหารจัดการผู้ให้บริการภายนอกหรือพันธมิตรทางธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ และรัดกุมในการเข้าถึง การใช้ และการดูแลรักษาข้อมูลลูกค้า

ตัวอย่าง ระบบงานเพื่อดูแลข้อมูลลูกค้า เช่น

- ตรวจสอบการเข้าถึงข้อมูลที่อาจเข้าข่ายผิดปกติ เช่น การทำรายการเรียกดูโดยที่ลูกค้าไม่ได้มาใช้บริการ การพิมพ์ข้อมูลลูกค้านอกเวลาทำการ การเรียกดูข้อมูลลูกค้าจำนวนมากหรือบ่อยครั้ง หรือการเรียกดูข้อมูลที่ไม่เป็นไปตามขั้นตอนปกติ
- ควบคุมไม่ให้มีการคัดลอกข้อมูลลูกค้าออกไปภายนอก ทั้งการพิมพ์ข้อมูลจากหน้าจอคอมพิวเตอร์ การส่งข้อมูลทางอีเมลหรืออินเทอร์เน็ต โดยควรจำกัดขนาดของข้อมูล การกำหนดถ้อยคำสำคัญ (key word) ที่ต้องถูกตรวจสอบ หรือมีการสุ่มตรวจสอบเนื้อหาหรือถ้อยคำ
- กำหนดให้การจ่ายผลตอบแทนจากการเสนอขายทางโทรศัพท์ที่จำกัดเฉพาะการติดต่อผ่านช่องทางที่ผู้ให้บริการตรวจสอบได้ เพื่อป้องกันการส่งข้อมูลให้บุคคลภายนอกที่ลูกค้าไม่ได้ให้ความยินยอมไว้มาช่วยเสนอขาย

6.1.2 ส่งเสริมอย่างจริงจังให้พนักงานทุกระดับเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า

6.2 การเปิดเผยข้อมูลลูกค้าให้แก่บุคคลอื่น

6.2.1 มีกระบวนการที่ทำให้มั่นใจได้ว่าผู้รับข้อมูล ซึ่งรวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจที่ออกผลิตภัณฑ์ร่วมกันในลักษณะ co-brand สามารถรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าได้อย่างรัดกุม เก็บข้อมูลลูกค้าเท่าที่จำเป็น และใช้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ได้แจ้งลูกค้าไว้ โดยไม่รบกวนความเป็นส่วนตัวของลูกค้า อย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงความสามารถในการดูแลข้อมูลลูกค้าของผู้รับข้อมูลและความสามารถของผู้ให้บริการในการควบคุมดูแลการดูแลข้อมูลของผู้รับข้อมูล เป็นปัจจัยสำคัญ

6.2.2 ในการเปิดเผยข้อมูลลูกค้าให้บุคคลอื่นเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด ให้ปฏิบัติดังนี้

(1) การเปิดเผยข้อมูลลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด หมายถึง การเปิดเผยข้อมูลเพื่อการส่งเสริมการขายหรือการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ซึ่งลูกค้ามีสิทธิเลือกในการให้ความยินยอมหรือไม่ก็ได้โดยไม่กระทบการพิจารณาใช้ผลิตภัณฑ์ แต่ไม่รวมถึงกรณีเปิดเผยข้อมูลให้พันธมิตรทางธุรกิจที่ออกผลิตภัณฑ์ร่วมกัน (co-brand)

(2) ขอความยินยอมในการเปิดเผยข้อมูลเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดจากลูกค้า โดยดำเนินการดังนี้

(2.1) ขอความยินยอมโดยให้สิทธิลูกค้าเลือกเปิดเผยข้อมูลอย่างชัดเจน ในรูปแบบที่ทำให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าเป็นผู้ตัดสินใจให้สิทธิด้วยตนเองและลูกค้าเข้าใจได้ง่ายว่าไม่ใช่เงื่อนไขการใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น แยกส่วนที่ขอความยินยอมเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดและเพื่อวัตถุประสงค์อื่นที่ไม่ใช่การตลาดออกจากกัน มีถ้อยคำระบุไว้ที่ด้านบนแบบฟอร์มการขอความยินยอมว่าไม่มีผลต่อการพิจารณาการใช้ผลิตภัณฑ์

(2.2) แจ้งวัตถุประสงค์การขอความยินยอมเพื่อการตลาดให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจน เช่น เพื่อการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์อื่น เพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการต่าง ๆ เป็นต้น

(2.3) แจ้งรายชื่อผู้รับข้อมูลให้ลูกค้าทราบเพื่อประกอบการพิจารณาให้ความยินยอม โดยในกรณีที่ผู้รับข้อมูลเป็นบริษัทที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจทางการเงิน ผู้ให้บริการสามารถอ้างอิงรายชื่อในแหล่งอื่น เช่น เว็บไซต์ของผู้ให้บริการ โดยอธิบายช่องทางอย่างชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย

กรณีการเพิ่มรายชื่อผู้รับข้อมูลในภายหลังสำหรับกลุ่มที่ลูกค้าเลือกเปิดเผยข้อมูล ให้แจ้งรายชื่อผู้รับข้อมูลรวมถึงสิทธิและช่องทางในการปฏิเสธการส่งข้อมูลให้ลูกค้าพิจารณาล่วงหน้า และให้ระยะเวลาเพียงพอสำหรับลูกค้าในการปฏิเสธการส่งข้อมูล เช่น 30 วัน โดยหากไม่ได้รับการปฏิเสธจากลูกค้าในระยะเวลาที่กำหนด ให้ถือว่าลูกค้ายินยอมให้ส่งข้อมูลให้ผู้รับข้อมูลตามที่ผู้ให้บริการได้แจ้งไป (opt out) ทั้งนี้ ต้องมีกระบวนการที่ทำให้มั่นใจว่าลูกค้าได้รับแจ้งข้อมูลข้างต้น

(2.4) แจ้งช่องทางที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้อย่างสะดวกเพื่อสอบถามรายชื่อผู้รับข้อมูล และยกเลิกการติดต่อจากผู้รับข้อมูลทุกราย โดยในกรณีที่ลูกค้าเลือกไม่รับการติดต่อจากผู้รับข้อมูล ผู้ให้บริการต้องมีระบบที่สามารถดำเนินการเพื่อไม่ให้มีการติดต่อลูกค้าให้เสร็จสิ้นโดยเร็ว เช่น ภายใน 48 ชั่วโมง หลังจากที่ได้รับแจ้ง ทั้งนี้ หากมีเหตุอันสมควรที่ไม่สามารถดำเนินการได้ทันที ต้องดำเนินการเพื่อไม่ให้มีการติดต่อลูกค้าโดยไม่ชักช้า เช่น ภายใน 10 วัน ทั้งนี้ ต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นโดยเร็ว นับแต่วันที่ได้รับแจ้งจากลูกค้า

6.2.3 ในการเปิดเผยข้อมูลลูกค้าให้บุคคลอื่นเพื่อวัตถุประสงค์อื่นที่ไม่ใช่การตลาด ให้ปฏิบัติดังนี้

(1) การเปิดเผยข้อมูลเพื่อวัตถุประสงค์อื่นที่ไม่ใช่การตลาด หมายถึง การเปิดเผยข้อมูลในกรณีที่หากลูกค้าไม่ให้ความยินยอมจะกระทบต่อการดำเนินการของผู้ให้บริการอย่างมีนัยสำคัญ หรือจะไม่สามารถให้บริการได้อย่างเป็นธรรมและต่อเนื่อง เช่น การเปิดเผยข้อมูลแก่ผู้ให้บริการภายนอก (outsourcer) เพื่อสนับสนุนการให้บริการของผู้ให้บริการ การเปิดเผยข้อมูลให้หน่วยงานราชการตามกฎหมาย โดยให้รวมถึงกรณีการเปิดเผยข้อมูลให้บริษัทพันธมิตรในลักษณะ co-brand

(2) ผู้ให้บริการสามารถกำหนดให้การเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของเงื่อนไขในการขอใช้บริการได้ โดยให้ระบุตัวอย่างวัตถุประสงค์ในการเปิดเผยข้อมูลให้ลูกค้าทราบ เช่น เพื่อประโยชน์ในการดำเนินการติดตามทวงถามหนี้ โดยไม่จำเป็นต้องแจ้งชื่อบุคคลผู้รับข้อมูล

มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับการแก้ไขปัญหาและจัดการเรื่องร้องเรียน
(Problem and complaint handling)

การแก้ไขปัญหา การจัดการเรื่องร้องเรียน และการชดเชยเยียวยาของผู้ให้บริการ
มีความชัดเจน รวดเร็ว เป็นอิสระ มีประสิทธิภาพ และยุติธรรม

7.1 การรับและดำเนินการเกี่ยวกับปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียน

7.1.1 มีหน่วยงานและบุคลากรที่ทำหน้าที่รับเรื่องซึ่งลูกค้าสามารถติดต่อโดยตรงได้อย่างสะดวก มีทางเลือกหลายช่องทางสอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าโดยมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงช่องทางและวิธีการแจ้งปัญหาหรือร้องเรียน ไม่ว่าจะเป็นการร้องเรียนการประกอบธุรกิจหรือการให้บริการของพนักงาน แจ้งขอบเขตของเรื่องที่สามารถร้องเรียนได้ ช่องทางและวิธีร้องเรียนที่จะทำให้สามารถพิจารณาได้รวดเร็ว เช่น เอกสารหลักฐานและข้อมูลที่เป็น วิธีติดตามเรื่องร้องเรียน รวมถึงแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงช่องทางร้องเรียนต่อทางการด้วย เช่น ในกรณีที่ไม่พอใจกับคุณภาพการแก้ไขปัญหาของผู้ให้บริการ สามารถติดต่อศูนย์รับเรื่องร้องเรียนของธนาคารแห่งประเทศไทยได้

7.1.2 มีกระบวนการที่เป็นมาตรฐานในการรับและดำเนินการเกี่ยวกับปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียน โดยมั่นใจว่าหน่วยงานและบุคลากรที่ทำหน้าที่รับเรื่องมีความเป็นอิสระ สามารถประสานกับหน่วยงานอื่น ๆ ได้ และได้รับการอบรมและฝึกปฏิบัติอย่างเหมาะสม ลูกค้าต้องได้รับโอกาสที่จะให้ข้อมูลอย่างเต็มที่ โดยมีการพิจารณาเรื่องจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเพื่อความเป็นธรรม มีการบันทึกข้อมูลที่ครบถ้วน และในกรณีปัญหาหรือเรื่องร้องเรียนที่อ่อนไหว หรืออาจมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ ควรกำหนดกระบวนการพิเศษในการเร่งแก้ไขปัญหา เช่น แจ้งให้ผู้บริหารระดับสูงทราบอย่างรวดเร็ว

7.1.3 แก้ไขปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียนด้วยความเป็นธรรม โดยพิจารณาทั้งข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นและพฤติกรรมแวดล้อมในแต่ละกรณี รวมถึงพิจารณาเหตุปัจจัยทั้งหมดด้วย เช่น วิธีปฏิบัติงานที่แท้จริง การให้คำมั่นสัญญาของพนักงานขาย ข้อมูลของลูกค้า (customer profile)

7.1.4 มีระบบในการติดตามความคืบหน้าในการดำเนินการเกี่ยวกับปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียน เพื่อให้แน่ใจว่ามีการจัดการและพิจารณาดำเนินการตามแนวทาง เงื่อนไข ระยะเวลาที่กำหนด รวมถึงระบบในการตรวจสอบคุณภาพการแก้ไขปัญหาหรือดูแลเรื่องร้องเรียน

7.1.5 ปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียนถือเป็นสัญญาณเตือนถึงปัญหาของระบบงาน หากผู้ให้บริการได้รับเรื่องในประเด็นใด หรือได้รับการร้องเรียนพนักงานขายรายใดหรือกลุ่มใด หรือเป็นปัญหาการให้บริการหรือเรื่องร้องเรียนของลูกค้าที่มีลักษณะเดียวกันซ้ำ ๆ หรือปัญหาที่แม้ไม่ได้เกิดซ้ำ ๆ แต่อาจมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม ให้มีการตรวจสอบให้พบต้นเหตุของปัญหา และ/หรือขยายการตรวจสอบโดยทันทีเพื่อหยุดความเสียหาย โดยควรกำหนดผู้รับผิดชอบชัดเจนในการติดตามการแก้ไขปัญหา เร่งรัดความคืบหน้าเป็นประจำ

7.2 การดำเนินการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า

ผู้ให้บริการมีมาตรการในการแก้ไขปัญหา เยียวยา หรือชดเชยให้แก่ลูกค้า และกำหนดเป็นมาตรฐานสำหรับปัญหาที่มีลักษณะคล้ายกัน รวมถึงมีการกำหนดระยะเวลาในแต่ละขั้นตอนให้การจัดการเป็นไปด้วยความเหมาะสมและไม่ชักช้า รวมทั้งแจ้งให้ลูกค้าทราบความคืบหน้าเป็นระยะ และกำหนดระยะเวลาและปัจจัยในการพิจารณาแก้ไขเยียวยาหรือชดเชยให้เป็นธรรมโดยเฉพาะกรณีที่เป็นความผิดพลาดจากระบบงานหรือพนักงานของผู้ให้บริการและปฏิบัติอย่างเท่าเทียมในกรณีที่มีลักษณะเดียวกัน เช่น ไม่เลือกชดเชยให้เฉพาะลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ

7.3 การป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาหรือเรื่องร้องเรียนซ้ำ

7.3.1 บันทึกปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียนทั้งหมดที่ผู้ให้บริการได้รับจากช่องทางต่าง ๆ ให้ครบถ้วน โดยในกรณีที่เป็นลักษณะสอบถามข้อมูล ควรมีแนวทางการบันทึกให้สามารถวิเคราะห์ความเพียงพอของการให้ข้อมูลในกระบวนการขาย เพื่อนำมาปรับปรุงให้มีความถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย และครบถ้วนยิ่งขึ้น

7.3.2 กำหนดผู้รับผิดชอบในการวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาการให้บริการหรือเรื่องร้องเรียน และนำผลการวิเคราะห์ไปดำเนินการต่อ เช่น ประกอบการตรวจสอบ ประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน รวมทั้งปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การให้บริการ วิธีปฏิบัติงานหรือระบบงาน เพิ่มการควบคุมและการสอบทาน รวมถึงมีการสื่อสารไปยังพนักงานที่เกี่ยวข้อง

7.3.3 รายงานการดำเนินการเกี่ยวกับปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียนต่อคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้สามารถประเมินความเสี่ยงและปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำ และให้รายงานข้อมูลปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียนมายังธนาคารแห่งประเทศไทยตามแนวทางที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดเกี่ยวกับการรายงานข้อมูลคุณภาพการให้บริการทางการเงิน

**มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับการควบคุม กำกับ และตรวจสอบ
(3 Lines of defense)**

การบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ลูกค้า มีกระบวนการ ระบบควบคุม
และการตรวจสอบการปฏิบัติงานที่คำนึงถึงการให้บริการอย่างเป็นธรรมและรัดกุม
ตรวจจับความเสี่ยงและความผิดปกติเพื่อป้องกันการเกิดความเสียหายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

8.1 การควบคุม กำกับ และตรวจสอบ

8.1.1 มีการดำเนินงานด้านการติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติงานในทุกกระบวนการบริหารจัดการด้านการให้บริการอย่างเป็นธรรม ครอบคลุมในแต่ละระดับชั้นของการทำงานอย่างครบถ้วน สอดคล้องกับกฎหมาย หลักเกณฑ์ทางการ และระเบียบปฏิบัติภายใน ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการอย่างเป็นธรรม ความเป็นอิสระจากกิจกรรมที่ตรวจสอบ และมีอิสระในการตรวจสอบกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งนี้ เพื่อสนับสนุนให้คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงสามารถสร้างและรักษาภาวะแวดล้อมของการควบคุมภายในที่ดี เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ให้บริการได้ให้บริการที่เป็นธรรมแก่ลูกค้า

ในการดำเนินงานดังกล่าว ผู้ให้บริการต้องกำหนดให้มีผู้ปฏิบัติงานหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อสนับสนุนกระบวนการติดตามและตรวจสอบตามหลักการของ 3 lines of defense ให้เกิดประสิทธิผลได้แก่

ชั้นที่หนึ่ง คือ การควบคุมภายในและการสอบทานการปฏิบัติงานประจำวัน

ชั้นที่สอง คือ การกำกับดูแลและตรวจสอบในลักษณะ oversight function ว่ามีการปฏิบัติงานเป็นไปตามกฎเกณฑ์ที่กำหนดหรือไม่ รวมถึงการบริหารความเสี่ยงด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ชั้นที่สาม คือ การตรวจสอบเพื่อประเมินความเพียงพอของมาตรการต่าง ๆ

โดยผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจและความมุ่งมั่นในการควบคุมให้มีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด รวมถึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและผลักดันให้มีการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ และมีส่วนร่วมในการให้ความเห็นกับหน่วยงานธุรกิจ สาขา เครือข่ายการบริการและการขาย

8.1.2 ประเมินขั้นตอนการปฏิบัติงานและการให้บริการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับระบบการบริหารจัดการ 9 ระบบ เพื่อระบุหรือกำหนดความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้น และมีการติดตามและควบคุมเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจมีโอกาสดังกล่าว (เอกสารแนบ 8.1)

นอกจากนี้ ผู้ให้บริการต้องให้ความสำคัญกับการวางระบบการติดตามตรวจสอบภายหลังการขายและให้บริการ (self-monitoring) อย่างเหมาะสมด้วย เพื่อควบคุมให้การขายและให้บริการแก่ลูกค้าสอดคล้องกับกระบวนการขายและให้บริการที่ผู้ให้บริการกำหนด โดยหากพบว่ามี การปฏิบัติงานหรือการให้บริการที่ไม่เหมาะสม ผู้ให้บริการต้องแก้ไขหรือดำเนินการใด ๆ เพื่อปรับปรุง โดยตรวจสอบสาเหตุรวมทั้งแก้ไขหรือดำเนินการอื่นใดตามความเหมาะสม และติดตามดูแลการรายงานการปฏิบัติงานและการให้บริการเพื่อให้มั่นใจได้ว่าการปฏิบัติงานในแต่ละระบบการบริหารจัดการอย่างถูกต้องและเป็นธรรม

ตัวอย่าง ผู้ให้บริการอาจจัดให้มีผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และกระบวนการขาย ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เพื่อดำเนินการ self-monitoring ดังนี้

- ทำ mystery shopping ที่สาขาในสัดส่วนที่เพียงพอต่อการประเมินการปฏิบัติงาน
- โทรศัพท์เพื่อสอบถามคุณภาพการให้บริการ (call back หรือ welcome call) ในสัดส่วนที่เพียงพอและมีขอบเขตรวมถึงลักษณะคำถามที่ครอบคลุมและสามารถประเมินคุณภาพการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอบถามลูกค้าทุกรายสำหรับธุรกรรมที่เสี่ยงต่อการให้บริการที่ไม่เป็นธรรม เช่น การให้บริการลูกค้ากลุ่มเปราะบาง หรือการให้บริการลูกค้ากรณีที่เป็นการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนซึ่งยากแก่การอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจ เช่น การเสนอขายผลิตภัณฑ์ Unit-linked
- สุ่มฟังเทปการสนทนาเกี่ยวกับการขายและให้บริการระหว่างพนักงานขายและลูกค้า
- สุ่มตรวจรายการขายและเอกสารประกอบ เพื่อตรวจสอบกระบวนการปฏิบัติงานและการรับชำระเงิน

8.1.3 จัดทำแผนการปฏิบัติงานด้านการตรวจสอบที่มุ่งไปยังความเสี่ยงที่กำหนด โดยเป็นการตรวจสอบการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามวิธีการ ขั้นตอน และหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้หรือไม่ และตรวจสอบจากสิ่งบ่งชี้ความผิดปกติ โดยกำหนดว่าเหตุการณ์ลักษณะใดที่บ่งบอกถึงความเป็นไปได้ที่ความเสี่ยงกำลังเกิดขึ้น

ตัวอย่าง เหตุการณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นไปได้ที่ความเสี่ยงกำลังเกิดขึ้น เช่น

- กรณีผลิตภัณฑ์บางประเภทให้ค่าตอบแทนการขายแก่พนักงานขายสูงเป็นพิเศษ มีปริมาณขายที่สูงมากในบริเวณหรือสาขาหนึ่งสาขาใด อาจนำสงสัยว่ามีการเสนอขายหรือการให้คำแนะนำที่ขาดคุณภาพและขาดความรับผิดชอบต่อลูกค้า (mis-selling) เกิดขึ้น
- กรณีพบประวัติการเข้าถึงข้อมูลลูกค้าที่ไม่ปกติ อาจนำสงสัยว่ามีการเข้าถึงข้อมูลลูกค้าโดยมิชอบ

โดยในการกำหนดแผนการตรวจสอบควรครอบคลุมในทุกมิติ เช่น การตรวจสอบกระบวนการขาย ต้องตรวจสอบทั้งด้านรูปแบบการขายในช่องทางต่าง ๆ ด้านพื้นที่ เช่น สาขาหรือจังหวัด ด้านธุรกรรม และมีความถี่ของการตรวจสอบที่เหมาะสม รวมถึงมีวิธีการติดตามและตรวจสอบที่หลากหลายสอดคล้องกับเป้าหมาย

ทั้งนี้ ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ตรวจสอบ เช่น ฝ่ายกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ (compliance) และฝ่ายตรวจสอบกิจการภายใน มีการดำเนินการตามบทบาทหน้าที่เพื่อให้มั่นใจว่ามีความครอบคลุมเพียงพอ และผู้ที่มีการสอบทานหรือตรวจสอบการปฏิบัติงานภายในฝ่ายของตน แจ้งผลการสอบทานและตรวจสอบต่อผู้ที่รับผิดชอบในภาพรวมสำหรับการควบคุม กำกับ และตรวจสอบ เพื่อให้สามารถวางแผนการตรวจสอบได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

8.1.4 รายงานผลการตรวจสอบต่อคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง โดยควรนำเสนอวิธีการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงสั่งการด้วย

8.2 การป้องกันและจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์

8.2.1 ระบุกิจกรรมที่มีความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และกำหนดนโยบาย มาตรการ และเครื่องมือ ที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกัน หรือจัดการไม่ให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รวมถึงมาตรการทางวินัยกรณีมีการปฏิบัติไม่เป็นไปตามที่กำหนด

8.2.2 มีเครื่องมือและวิธีการจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในแต่ละเรื่องอย่างชัดเจน และมีการสื่อสาร ให้ความรู้และทำความเข้าใจถึงมาตรการต่าง ๆ ของบริษัท เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานและพนักงานที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญและให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าว และสามารถปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

8.2.3 ตรวจสอบการปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนด และมีการดำเนินการ หากมีการปฏิบัติไม่เป็นไปตามที่กำหนด รวมถึงควรมีการประเมินความเสี่ยงและทบทวนมาตรการของผู้ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ

ความเสี่ยงด้านการให้บริการแก่ลูกค้า และตัวอย่างการควบคุม กำกับและตรวจสอบที่เกี่ยวข้อง

ความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้น เช่น ความเสี่ยงที่ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจะมีเงื่อนไขไม่เหมาะสม ความเสี่ยงที่การสื่อสารนโยบายการให้บริการอย่างเป็นทางการเป็นธรรมจะมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ ความเสี่ยงจากการหยุดชะงักของระบบงานจากความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน ความเสี่ยงที่เกิดการทุจริตกับลูกค้า ความเสี่ยงที่ลูกค้าจะถูกเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมจนเกิดความเสียหาย ความเสี่ยงที่ข้อมูลลูกค้าจะไม่ได้ได้รับความปลอดภัยและความเสี่ยงที่ลูกค้าจะไม่ได้รับการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นมาตรฐานและเป็นธรรม

ตัวอย่าง การควบคุมดูแลและสอบทานคุณภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน เช่น

- ติดตามดูแลการปฏิบัติงานในส่วนการขาย การควบคุม และการสอบทาน ว่าเป็นไปตามที่ผู้ให้บริการได้กำหนดวิธีปฏิบัติไว้หรือไม่ และต้องดำเนินการอย่างจริงจังหากพบว่ามีการปฏิบัติฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามอย่างครบถ้วน เช่น
 - สอบทานเงื่อนไขผลิตภัณฑ์และทดสอบกับกลุ่มลูกค้าก่อนออกนำเสนอจริง
 - สอบทานความรู้ความเข้าใจของพนักงานเกี่ยวกับนโยบายขององค์กรอย่างต่อเนื่อง
 - สอบยันการปฏิบัติงาน (maker & checker)
 - ผู้มีอำนาจอนุมัติในกระบวนการขายเป็นคนละคนกับพนักงานขาย
 - ตรวจสอบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ของพนักงานขายว่าเหมาะสมกับลูกค้าหรือไม่
 - ดูแลและตรวจสอบการขายของพนักงานขายในกรณีที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษ เช่น การขายให้แก่ลูกค้ากลุ่มเปราะบาง หรือการขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงหรือซับซ้อนกว่าทั่วไป
 - ติดตามดูแลการปฏิบัติงานของพนักงานขายให้อยู่ในขอบเขตที่สามารถทำได้ตามคุณสมบัติหรือหน้าที่ที่กำหนด เช่น ห้ามพนักงานมอบรหัสผ่านให้พนักงานคนอื่นเพื่อทำรายการแทนกัน
 - มีการอัดเสียงสนทนาระหว่างการขายผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์
 - ห้ามไม่ให้พนักงานขายนำเครื่องมือสื่อสาร สิ่งของหรืออุปกรณ์ใด ๆ เข้าไปในบริเวณพื้นที่ทำการเสนอขายทางโทรศัพท์ เพื่อไม่ให้พนักงานขายนำข้อมูลลูกค้าออกไปได้
 - มีระบบสอบทานให้สามารถตรวจจับรายการที่มีความผิดปกติได้อย่างรวดเร็วและแก้ไขหรือหยุดความเสียหายได้ทันที
- ตรวจสอบแหล่งข้อมูลและการได้มาของข้อมูลลูกค้า ว่าได้มาอย่างถูกต้องและได้รับความยินยอมจากลูกค้า
- มี do not call list หรือกระบวนการที่เทียบเท่า สำหรับลูกค้าที่ไม่ประสงค์ให้ติดต่ออีก ปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอย่างรวดเร็ว และควบคุมให้ปฏิบัติได้จริง
- มีระบบควบคุมการรับชำระเงินให้ปลอดภัย และป้องกันการทุจริต เช่น ลูกค้าชำระเงินสดที่เคาน์เตอร์รับเงินฝากโดยตรงโดยไม่ผ่านพนักงานอื่น ลูกค้ายืนยันธุรกรรมบัตรเครดิตด้วยตนเอง

ตัวอย่าง (ต่อ) การควบคุมดูแลและสอบทานคุณภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน เช่น

- มีระบบติดตามตรวจสอบรายการทางบัญชีและธุรกรรมทางการเงินของพนักงานที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการชำระเงิน
- ตรวจสอบกระบวนการทำงานของ outsource และ agent เพื่อให้มั่นใจว่ามีการปฏิบัติงานตรงตามสัญญาทุกขั้นตอน เช่น การรับ-ส่งข้อมูลลูกค้า การติดตามการทำลายข้อมูลลูกค้าหลังใช้งานเสร็จ
- มีระบบดูแลรักษาความปลอดภัยในการให้บริการ

มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับการปฏิบัติงานและแผนรองรับการปฏิบัติงาน
(Operation and business continuity)

การบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ลูกค้ามีระบบปฏิบัติการ การบริหารความเสี่ยง และแผนรองรับการปฏิบัติงาน ทั้งกรณีปกติและกรณีเหตุฉุกเฉิน ที่เชื่อมั่นได้ว่า คำสั่งหรือความประสงค์ของลูกค้าได้รับการดำเนินการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา ลูกค้าได้รับการอย่างต่อเนื่องและเป็นธรรม

9.1 ระบบปฏิบัติการ

9.1.1 จัดทำคู่มือและ/หรือมีเครื่องมือที่ทำให้มั่นใจว่าผู้ที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานมีการดำเนินงานที่ครบถ้วนถูกต้องแล้ว เช่น รายการตรวจสอบ (checklist) รวมถึงจัดอบรมการปฏิบัติตามคู่มือดังกล่าว เพื่อให้พนักงานทุกคนเกิดความเข้าใจและเห็นความสำคัญที่จะต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการทำงานและทำให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าได้รับการอย่างเป็นธรรม

9.1.2 กรณีที่ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินการ ให้คำนึงถึงความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ดังนี้

(1) ความมั่นคงของระบบ หากกำหนดวิธีปฏิบัติงานและจัดเก็บข้อมูลสำคัญโดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์เป็นหลัก มีการเฝ้าระวังภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้นแก่ระบบ และมีแผนสำรองหากเกิดเหตุขัดข้องหรือระบบถูกแทรกแซงหรือถูกทำลาย

(2) ความปลอดภัยของข้อมูล มีการควบคุมการเข้าถึงข้อมูลและการใช้ข้อมูล เพื่อไม่ให้เกิดการล่วงรู้หรือถูกลักลอบนำออกไปหรือนำไปใช้ที่ไม่สมควร

(3) การพัฒนาโปรแกรมเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานต่าง ๆ คำนึงถึงการออกแบบโปรแกรมที่ตอบสนองความต้องการการใช้งานได้อย่างถูกต้องและพร้อมใช้งาน เช่น โปรแกรมขึ้นค่าเตือนเมื่อลูกค้าต้องการขายผลิตภัณฑ์ที่ผิดเงื่อนไขสิทธิประโยชน์ทางภาษี ควรมีการกำหนดข้อมูลที่จำเป็นต้องให้ครบถ้วน มีการประมวลผลที่ถูกต้อง และออกค่าเตือนหรือรายงานที่ชัดเจนที่ผู้ปฏิบัติสามารถเห็นเข้าใจ และนำไปแนะนำลูกค้าได้

ในกรณีที่ระบบเทคโนโลยีที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจขัดข้องหรือต้องปรับปรุงทั้งในส่วนระบบและโปรแกรม ผู้ให้บริการต้องให้ความสำคัญและแก้ไขโดยไม่ชักช้า

9.1.3 มีระบบบันทึกเหตุการณ์การทำธุรกรรมเพื่อคุ้มครองลูกค้าและผู้ให้บริการที่มีประสิทธิภาพ โดยต้องไม่ละเมิดความเป็นส่วนตัวของลูกค้าด้วย เช่น มีโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ที่ใช้งานได้จริง มีการบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง

9.2 แผนป้องกันและรองรับกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน (Business contingency plan)

9.2.1 กำหนดแผนงานรองรับหากเกิดเหตุฉุกเฉิน ซึ่งแผนงานดังกล่าวควรครอบคลุมวิธีปฏิบัติงานที่สำคัญเพื่อให้มั่นใจว่าจะสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้โดยไม่มีผลกระทบต่อการทำธุรกรรมของลูกค้า

หรือจะก่อให้เกิดความเสียหายต่อลูกค้า หากไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบได้ ต้องมีวิธีสื่อสารเพื่อทำความเข้าใจกับลูกค้า ทั้งก่อนเกิดเหตุ ขณะเกิดเหตุ และหลังเกิดเหตุ อย่างเหมาะสม

9.2.2 ทดสอบแผนงานว่าสามารถปฏิบัติตามแผนได้จริง สามารถควบคุมผลกระทบและความเสียหายได้ และกู้คืนระบบปฏิบัติการสำคัญได้ภายในเวลาที่กำหนด รวมทั้งทบทวนและปรับปรุงแผนงานให้ทันสมัย และเหมาะสมกับสถานการณ์